

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA DE ESTADISTICA Y FINANZAS

CARRERA DE FINANZAS

Tesis previa a la obtención del Título de Ingenieros en Finanzas

TEMA:

“PLAN DE TURISMO COMUNITARIO PARA LA
PARROQUIA DE ZUMBAHUA, CANTÓN
PUJILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI”

AUTORES:

CARLOS OMAR SALCEDO TORRES

DUSTIN DANIEL SARABIA PORRAS

TUTOR:

DR. LUIS ROMO ARELLANO

QUITO - 2013

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño:

A mi madre, por ser la fuente inagotable de amor y fidelidad, por haberme dado la fortaleza y darme el entusiasmo y la sabiduría necesaria para concluir con mis estudios profesionales.

Carlos Omar

Mi tesis la dedico a Dios:

Que me ha guiado en este duro camino universitario; y con respeto y cariño a mis padres quienes guiaron mi formación académica apoyándome en todo momento con sus consejos e incentivándome en la culminación de la misma.

A mis hermanos por haberme apoyado en todo momento.

Dustin Daniel

AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro profundo agradecimiento a la Universidad Central del Ecuador, autoridades y maestros de la Facultad de Ciencias Económicas, Escuela de Finanzas; además, son muchas las personas especiales a las que nos gustaría agradecer su amistad, apoyo, ánimo y compañía en las diferentes etapas de nuestra vida. Algunas están aquí con nosotros y otras en nuestro recuerdo y en nuestro corazón. Sin importar en donde se encuentren o si alguna vez llegan a leer este Agradecimiento queremos darles las gracias por formar parte de nuestras vidas y por todo lo que nos han brindado.

A todos nuestros profesores no solo los de carrera sino de toda la vida, mil gracias porque de alguna manera forman parte de lo que ahora somos.

Queremos agradecer especialmente a nuestro Director de tesis Doctor Luis Romo por su infinita, paciencia, tiempo y su ayuda en este trabajo, por sus consejos, por confiar en nosotros, pero sobre todo por su amistad.

A todos mil gracias.

Carlos Salcedo Torres

Dustin Sarabia Porras

AUTORIZACIÓN DE LA AUTORIA INTELECTUAL

Yo, Carlos Omar Salcedo Torres, en calidad de autor de la tesis realizada sobre “Plan de Turismo Comunitario para la Parroquia de Zumbahua, cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi”, por la presente autorizo a la UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contienen esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad a lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Quito, a los 18 días del mes de marzo del 2013



FIRMA

CARLOS OMAR SALCEDO TORRES
CC. 1713977971

Correo electrónico: charlie7-7-7@hotmail.com

AUTORIZACIÓN DE LA AUTORIA INTELECTUAL

Yo, Dustin Daniel Sarabia Porras, en calidad de autor de la tesis realizada sobre “Plan de Turismo Comunitario para la Parroquia de Zumbahua, cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi”, por la presente autorizo a la UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contienen esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad a lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Quito, a los 18 días del mes de marzo de 2013



FIRMA

DUSTIN DANIEL SARABIA PORRAS
CC. 0502880941

Correo electrónico: dustin6-6-6@hotmail.com

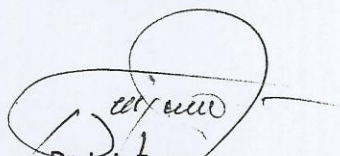
Quito, Enero 6, 2012

Señor Economista
Marco Posso Zumárraga
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS U. C.
Ciudad

De mi consideración:

En mi calidad de Profesor Director de la Tesis intitulada: **"Plan de Turismo Comunitario para la Parroquia Zumbahua, Cantón Pujilí, Provincia de Cotopaxi"** desarrollada por los señores egresados: **SALCEDO TORRES CARLOS OMAR Y SARABIA PORRAS DUSTIN DANIEL**, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Finanzas, tengo a bien informar que una vez que han concluido satisfactoriamente el estudio, se encuentran aptos para entregar a la Facultad los ejemplares necesarios para la calificación y grado oral correspondiente.

Atentamente,



Dr. Luis Romo
PROFESOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS U. C.

Quito, 15 de marzo del 2012.

Econ:

Marco Posso Zumarraga.

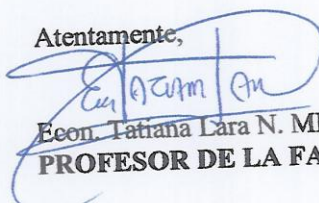
**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS DE LA
UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR.**

Presente.

De Mi Consideración:

Dando contestación al Oficio No. 366-2012-DT de fecha 7 de febrero del 2012, en la que me designa para la calificación de la Tesis intitulada: "PLAN DE TURISMO COMUNITARIO PARA LA PARROQUIA ZUMBAHUA, CANTON PUJILI, PROVINCIA DE COTOPAXI", presentado por los señores egresados: Carlos Salcedo Torres y Dustín Sarabia Porras, previo a la obtención del título de Ingenieros en Finanzas. Adjunto a la presente comunicación, el formulario de calificación de Tesis, cuya nota es de nueve sobre diez.

Atentamente,


Econ. Tatiana Lara N. MBA

PROFESOR DE LA FACULTAD.

RECIBIDO:.....
FECHA: 19 MAR 2012
HORA:.....
DEPARTAMENTO DE TESIS



**UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR.
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS.**

DEPARTAMENTO DE TESIS.

CALIFICACION DE GRADO.

**TITULO DE LA TESIS: "PLAN DE TURISMO COMUNITARIO
PARA LA PARROQUIA ZUMBAHUA, CANTON PUJILI,
PROVINCIA DE COTOPAXI."**

EGRESADOS: Carlos Salcedo Torres.
Dustin Sarabia Porras.

Prevía la obtención del Título de Ingenieros en Finanzas.

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS.

Los objetivos general y específicos planteados en la presente investigación, han sido cumplidos por los señores egresados, al desarrollar cada uno de los capítulos que integran la presente Tesis.

DEMOSTRACION DE HIPOTESIS:

En el desarrollo de la investigación se han demostrado las hipótesis planteadas por los señores egresados, ratificando que los diversos análisis de situación realizados en los sectores analizados de la provincia de Cotopaxi, permite conocer los atractivos turísticos e implementar nuevos servicios, que desarrollarán las actividades turísticas de este sector, mejorando el nivel de vida de sus habitantes.

METODOLOGIA Y VARIABLES UTILIZADAS:

La Metodología, que constituye una parte importante dentro del desarrollo de cualquier investigación, en esta Tesis se ha realizado un estudio de tipo descriptivo, complementando su análisis con una investigación de campo de tipo social, además se han realizado varios talleres participativos, e investigación de tipo bibliográfica.

Las variables utilizadas son:

Desarrollo Local.
Flujo de Turistas.
Oferta y Demanda.
Estadía.
Inflación.
Tasa de Interés.
Rentabilidad.

Los Indicadores planteados son:

Población Total
PEA.
Estadísticas
Precios.
Capacidad de alojamiento.
Canasta familiar.
Tasa Activa.
Utilidad.

CONCORDANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CON EL RESULTADO DE LA INVESTIGACION:

En el presente trabajo de investigación, existe concordancia de las conclusiones y recomendaciones planteadas que se traducen en la propuesta de un Plan de Desarrollo Turístico Comunitario en la parroquia Zumbahua, cantón Pujíli, Provincia de Cotopaxi, el mismo que será ejecutado por las autoridades locales y habitantes de la parroquia investigada.

NOTA: NUEVE

RECOMIENDA LA PUBLICACION DE LA TESI: SI NO X

Es un trabajo puntual de interés para el sector investigado.

RAZON DE LA PUBLICACION:

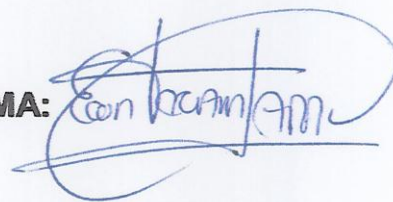
DEPARTAMENTO DE TESIS: APRUEBA LA PUBLICACION

SI NO

PROFESOR:

Econ. Tatiana Lara N. MBA

FIRMA:



FECHA:

15 de marzo del 2012.



UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Telf. 2523211 - 2529129 - 2229358-Apartado 1088 Quito - Ecuador

DEPARTAMENTO DE TESIS

CALIFICACION DE TESIS DE GRADO

TITULO DE LA TESIS: Plan de Turismo Comunitario para la Parroquia
Zumbahua, Cantón Píjili, Provincia de Cotacachi

EGRESADOS:

Sorbedo Torres, Carlos Omar

Sarabia Posras, Dusty Daniel

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

La tesis cumple con los objetivos en los diferentes apartados, parte, con este propósito del análisis de la situación del cantón Píjili y destaca con el análisis de la oferta, los objetivos turísticos y complementa con el estudio de la demanda. Luego, plantea la propuesta y establece un conjunto de proyectos que se traducirán en las líneas de acción del plan de turismo comunitario de la parroquia Zumbahua.

DEMOSTRACION DE HIPOTESIS

La tesis en su formulación propone que el plan de desarrollo de turismo comunitario de la parroquia Zumbahua contribuirá a viabilizar el turismo como actividad económica alternativa para contribuir al mejoramiento de las condiciones económicas de la población de la mencionada parroquia.

METODOLOGÍA Y VARIABLES UTILIZADAS

Métodos: Cualitativo - Deductivo

Variables:

- Precio
- Servicios
- Publicidad
- Recursos Humanos
- Recursos Materiales
- Recursos Naturales
- Oferta turística
- Demanda turística

- Nivel de turismo
- Deserción
- Repetición
- Nivel de satisfacción

CONCORDANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CON EL RESULTADO DE LA INVESTIGACION

Existe concordancia entre los resultados y las conclusiones y recomendaciones: implica una propuesta que posibilite el desarrollo turístico de la Pomaquia Zumbalina.

NOTA:

10/10 funto

RECOMIENDA LA PUBLICACION DE ESTA TESIS

SI

NO

RAZON DE LA PUBLICACION

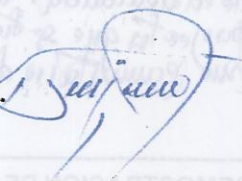
DEPARTAMENTO DE TESIS: APRUEBA LA PUBLICACION

SI

NO

PROFESOR: Dr. Luis Rono Arellano

FIRMA:



FECHA:

Quito, 19 de febrero de 2013



UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

Tels.: 523-211 529-129 521-641 229-357 Fax: 229-461 Apartado 1068 Quito — Ecuador

DEPARTAMENTO DE TESIS

INFORME O CALIFICACION DE TESIS DE GRADO

TITULO DE TESIS "PLAN DE TURISMO COMUNITARIO PARA LA PARROQUIA
ZUMBABUA, CANTÓN PUJILÍ, PROVINCIA DE COTACACHI."

EGRESADOS SALCEDO TORRES CARLOS OMAR
SARABIA PORRAS JUSTIN DANIEL

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS:

Se cumplen los objetivos planteados.

DEMOSTRACION DE HIPOTESIS:

Las Hipótesis planteadas pueden ser definidas como "hipótesis de Trabajo" por lo tanto han ayudado para que los investigadores desarrollen su tesis. En ese sentido las hipótesis son demostradas en su investigación.

METODOLOGIA Y VARIABLES UTILIZADAS

La metodología utilizada consiste el trabajo de campo con la obtención de datos mediante encuestas con el método FODA. Quizá no es lo más aconsejable (...). De todas maneras logran desarrollar un conjunto de proyectos que suman el Plan de desarrollo de Zumbalima. Creo que falta poner más énfasis en el "Plan de Turismo comunitario" que es el título de la Tesis.

CONCORDANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CON EL RESULTADO DE LA INVESTIGACION

Si hay concordancia entre las conclusiones y recomendaciones con los resultados de la investigación; sin embargo falta desarrollar el tema: Plan de Turismo comunitario.

NOTA:

8/10 (OCHO sobre Diez)

RECOMIENDA LA PUBLICACION DE LA TESIS

SI ☐ NO ☒

RAZON DE LA PUBLICACION

DEPARTAMENTO DE TESIS : APRUEBA LA PUBLICACION

SI ☐ NO ☐

PROFESOR Dr. Francisco Ron Proaño

FIRMA: Dr. Fro. Ron P.

FECHA: 7/Febrero/2013

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORIA INTELECTUAL.....	iv
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORIA INTELECTUAL.....	v
OFICIO DE CONCLUSIÓN DE LA TESIS.....	vi
NOTAS.....	vii
INDICES.....	xv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiv

CAPITULO I

PLAN DE TESIS

1. TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	1
PARROQUIA ZUMBAHUA	2
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
3.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
3.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	5
4. JUSTIFICACIÓN.....	5
5. DELIMITACIÓN.....	6
5.1 DELIMITACION TEMPORAL	6
5.2 DELIMITACION ESPACIAL.....	6
6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
6.1. OBJETIVO GENERAL	6
6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
7. HIPÓTESIS.....	7
7.1. HIPÓTESIS GENERAL.	7
7.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	7
8. MARCO DE REFERENCIA.....	7
8.1. MARCO TEÓRICO.....	7
8.2. MARCO CONCEPTUAL.....	9
9. VARIABLES E INDICADORES.....	14
9.1. VARIABLES	14
9.2. INDICADORES.....	15
10. METODOLOGÍA.....	15
10.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
10.2. MÉTODOS.	15
10.3. TÉCNICAS	16
PLAN ANALÍTICO.....	17

CAPITULO II

OFERTA TURISTICA

2.1. INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA.....	19
2.1.1. SITIOS NATURALES.....	19
2.1.2. MANIFESTACIONES CULTURALES, RELIGIOSAS	31
2.1.3 INDUSTRIAS EXISTENTES	40
2.1.4 FESTIVIDADES.....	42
2.2 INVENTARIO DE SERVICIOS TURISTICOS	42
2.3 ANALISIS DE LA OFERTA TURISTICA LOCAL	42

CAPITULO III

DEMANDA TURÍSTICA

3.1. DEFINICION DE LA DEMANDA	44
3.2. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA.....	47
3.3. ANALISIS DE LA DEMANDA TURISTICA EN LA PARROQUIA DE ZUMBAHUA.....	97
3.4. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL TURISMO COMUNITARIO DE LA PARROQUIA DE ZUMBAHUA.....	100
3.5. ARBOL DE PROBLEMAS	101
3.5.1. ANALISIS DE PROBLEMAS	101
3.6. MATRIZ DE MARCO LOGICO	104

CAPITULO IV

DISEÑO DE LA PROPUESTA

DISEÑO DE LA PROPUESTA.....	106
4.1. VISION	106
4.2. MISION.....	106
4.3. ANALISIS FODA.....	107
4.4. PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS ESTRATEGICOS POR COMPONENTES	109
4.5. IDENTIFICACION DE PERFILES DE PROYECTOS.....	116

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES	162
5.2. RECOMENDACIONES	164

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO No. 1	166
ANEXO No. 2	167

INDICE DE CUADROS

CUADRO No.1 TURISTAS COTOPAXI.....	48
CUADRO No.2 PROTECCIÓN DE TURISTAS.....	50
CUADRO No.3 CALCULO DE LA DEMANDA FUTURA TURISTAS.....	50
CUADRO No.4 POBLACIÓN PARROQUIA ZUMBAHUA.....	51
CUADRO No.5 PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN PARROQUIA ZUMBAHUA.....	52
CUADRO No.6 RESULTADOS DE LA PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN.....	53
CUADRO No.7 OFERTA CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO PARROQUIA ZUMBAHUA.....	56
CUADRO No.8 OFERTA CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO PARROQUIA ZUMBAHUA.....	56
CUADRO No.9 PROYECCION DE LA CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA.....	57
CUADRO No.10 DEMANDA INSATISFECHA DE CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA.....	59
CUADRO No.11 MATRIZ FODA DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA.....	108

INDICE DE GRAFICOS

GRÁFICO No.1 MAPA DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI POR CANTONES	20
GRÁFICO No.2 LAGUNA DEL QUILOTOA	25
GRÁFICO No.3 CAÑÓN DE ZUMBAHUA.....	27
GRÁFICO No.4. CAÑÓN DEL TOACHI.....	28
GRÁFICO No.5 RESERVA ECOLÓGICA DE LOS ILLINIZAS.....	31
GRÁFICO No.6 PROYECCIÓN DE LA CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA.....	58
GRÁFICO No.7 GENERO.....	61
GRÁFICO No.8 EDAD.....	62
GRÁFICO No. 9 EDUCACIÓN.....	63
GRÁFICO No.10 PROCEDENCIA CIUDADES.....	64
GRÁFICO No.11 FRECUENCIA SALE USTED DE SU LUGAR DE RESIDENCIA.....	65
GRÁFICO No.12 MOTIVO DE SU SALIDA.....	66
GRÁFICO No.13 TIPO DE TURISMO USTED PREFERE REALIZAR.....	67
GRÁFICO No.14 PERMANENCIA PROMEDIO DE ESTADIA.....	67
GRÁFICO No.15 SUS VIAJES LOS REALIZA.....	68
GRÁFICO No.16 CONOCE USTED LA PARROQUIA ZUMBAHUA.....	69
GRÁFICO No.17 INTERÉS EN PAQUETE TURÍSTICO.....	70
GRÁFICO No.18 INTERÉS EN PAQUETE TURÍSTICO EN ZUMBAHUA.....	71
GRÁFICO No.19 INTERES EN PARTICIPACION EN DIFERENTES ACTIVIDADES.....	72

GRÁFICO No.20 TIPO DE SERVICIOS LE GUSTARÍA ADQUIRIR.....	73
GRÁFICO No.21 TIEMPO DE DURACION DE LOS RECORRIDOS.....	74
GRÁFICO No.22 PRECIO DEL SERVICIO OFERTADO.....	75
GRÁFICO No.23 USTED SE INFORMÓ DE LOS SITIOS A LOS QUE USUALMENTE VIAJA.....	76
GRÁFICO No.24 GENERO.....	77
GRÁFICO No.25 EDUCACIÓN.....	78
GRÁFICO No.26 TIPO DE ACTIVIDAD QUE REALIZA.....	79
GRÁFICO No.27 MIEMBROS DE SU FAMILIA APORTAN AL PRESUPUESTO FAMILIAR.....	80
GRÁFICO No.28 INGRESO PROMEDIO MENSUAL EN SU HOGAR.....	81
GRÁFICO No.29 EXISTEN PROYECTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA ZUMBAHUA.....	82
GRÁFICO No.30 ORGANIZACIÓN EN BASE A PROYECTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA ZUMBAHUA.....	83
GRÁFICO No.31 TIPO DE APOORTE.....	84
GRÁFICO No.32 ACTIVIDAD TURÍSTICA COMO UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO.....	85
GRÁFICO No.33 ATRACTIVOS TURÍSTICOS CONOCE USTED EN LA PARROQUIA ZUMBAHUA.....	86
GRÁFICO No.34 OTROS DESTINOS POTENCIALES TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA ZUMBAHUA.....	87
GRÁFICO No.35 MANEJO DE LOS DESTINOS TURISTICOS.....	88
GRÁFICO No.36 PARTICIPACIÓN EN PAQUETES TURÍSTICOS, QUE SE DEDICA ACTUALMENTE.....	89
GRÁFICO No.37 QUÉ TIPO DE AGENCIA DE VIAJES ES.....	90
GRÁFICO No.38 LA MAYORÍA DE LOS TURISTAS CON LOS QUE OPERAN SON.....	91
GRÁFICO No.39 CÓMO DESARROLLA LA AGENCIA DE VIAJES SU FORMA DE OPERACIÓN.....	92
GRÁFICO No.40 LOS TURISTAS CON LOS QUE OPERAN SE INCLINAN MAYORMENTE POR.....	93
GRÁFICO No.41 CUÁLES SON LAS EDADES EN LAS QUE OSCILAN LOS TURISTAS CON LOS QUE TRABAJAN.....	94
GRÁFICO No.42 CUÁL ES EL PERIODO DE FUNCIONAMIENTO DE LA AGENCIA DE VIAJE.....	95
GRÁFICO No.43 CUÁL ES LA MANERA EN LA QUE REALIZAN EL CONTACTO SUS CLIENTES.....	96
GRÁFICO No.44 CUÁL ES EL PRECIO EN EL QUE OSCILAN SUS PAQUETES TURÍSTICOS POR TRES DÍAS Y DOS NOCHES.....	97
GRÁFICO No.45 ARBOL DE PROBLEMAS DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA.....	102
GRÁFICO No.46 ARBOL DE OBJETIVOS DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA.....	103
 BIBLIOGRAFÍA.....	 202

**“PLAN DE TURISMO COMUNITARIO PARA LA PARROQUIA DE ZUMBAHUA,
CANTÓN PUJILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI”**

**“COMMUNITY TOURISM PLAN FOR THE PARISH OF ZUMBAHUA, PUJILÍ TOWN,
COTOPAXI PROVINCE”**

RESUMEN EJECUTIVO

En la presente investigación, correspondiente al capítulo uno se ha desarrollado con el fin de estructurar el “Plan de Turismo Comunitario para la Parroquia Zumbahua, Cantón Pujilí, Provincia de Cotopaxi”, en lo que se ha considerado los antecedentes de la comunidad, su justificación, problemas, variables, indicadores, objetivos, y sobre todo un adecuado Marco Teórico. En el capítulo dos se analiza la oferta turística de los inventarios de atractivos turísticos de la Parroquia Zumbahua, sus sitios naturales, su oferta turística actual, su reseña histórica, situación institucional, cultural, población, y sobre todo su desarrollo social - económicos productivos. Para el tercer capítulo se ha realizado el análisis institucional de la demanda turística de la Parroquia, sus factores internos y externos, diagnóstico situacional. En el cuarto capítulo se desarrolla el Plan de Desarrollo Turismo Comunitario, sus objetivos, el establecimiento del árbol de problemas y soluciones, el desarrollo, Social, Económico Productivo. El capítulo quinto se enuncian las principales conclusiones y recomendaciones de la investigación.

PALABRAS CLAVES:

ZUMBAHUA/COMUNITARIO/TURISMO/PARROQUIA/PUJILÍ/COTOPAXI

ABSTRACT

In this research for the chapter one has been developed in order to structure the "Community Tourism Plan for Zumbahua Parish, Pujilí Town, Cotopaxi Province", in what was considered the history of the community, its justification, problems, variables, indicators, targets, and especially an adequate theoretical framework. Chapter two discusses tourism in inventories attractions Zumbahua Parish, natural sites, their tourism today, its historical background, institutional, cultural, population, and economic - social development especially productive. For the third chapter made institutional analysis of tourism demand in the parish, its internal and external factors, situational analysis. In the fourth chapter develops the Community Tourism Development Plan, its objectives, the establishment of the tree of problems and solutions, the development, social, economic - Productive. The fifth chapter sets out the main conclusions and recommendations of the research.

KEYWORDS:

ZUMBAHUA/COMUNITARY/TOURISM/PARISH/PUJILÍ/COTOPAXI

CAPITULO I

PLAN DE TESIS

1. TEMA DE INVESTIGACIÓN:

“PLAN DE TURISMO COMUNITARIO PARA LA PARROQUIA ZUMBAHUA, CANTÓN PUJILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI”.

2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.

El Cantón Pujilí, en la Provincia de Cotopaxi, en el centro del Ecuador, se fundó en 1657. La cabecera cantonal se encuentra a 2.961 msnm, en las laderas del monte Sichahuasín. El cantón presenta varios climas: templado en su zona urbana, frío en las regiones altas y cálidas en áreas del subtrópico. El cantón tiene un área de 1.305 km². La cantonización se produjo el 14 de octubre de 1852.

Etimológicamente Pujilí en quichua significa posada de juguetes. En los alrededores de la ciudad, un lugar habitado antes de la llegada de los españoles, continúa con su tradición alfarera de primer orden, entre otras cosas se producen tejas esmaltadas de diversos colores.

De acuerdo con el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador, SIISE, la pobreza por necesidades básicas insatisfechas, alcanza el 87,8 % de la población total del cantón. La población económicamente activa alcanza a 22.181 habitantes

De acuerdo con los datos presentados por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), del último Censo de Población y Vivienda, realizado en el país (2001), Pujilí presenta una base piramidal ancha, que representa una población joven, a expensas de los grupos de edad comprendidos entre 0-19 años. La tasa media de crecimiento anual de la población es de 2,9 % (período 1990-2001).

En el área rural del cantón se encuentra concentrada un 92,7% de la población de Pujilí. La población femenina alcanza el 53,1%, mientras que la masculina, el 46,9%. El analfabetismo en mujeres se presenta en 37,08%, mientras que en varones: 20,09%.

PARROQUIA ZUMBAHUA

La parroquia Zumbahua se encuentra ubicada al sur oeste y oeste del cantón Pujilí, en una de las zonas paramales más importantes de la zona occidental del cantón Pujilí, ubicada entre los 3.300 y 4.000 msnm. La temperatura media en la zona es de 8 a 16°C, aunque existen temperaturas extremas en ciertas mañanas de los meses de noviembre, diciembre, febrero y agosto que llegó a menos 7°C en el año 2.005.

Por la altitud y la formación paramal y en función de datos de zonas agroecológicamente similares a estas zonas, reciben de 500 a 2.000 mm de precipitación por año, distribuidos en los meses de septiembre a noviembre y de enero a mayo.

Está conformada por las comunidades Michacalá, Quantopolo, Tigua Chimbacuchu, Rumichaca, Yanatoro, Talatac, Yanallpa, Sarausha, Chami y La Cocha y Ponce, cada sector tiene sus propias estructuras dirigenciales conformadas generalmente por el Presidente, Vicepresidente, Secretaria, Tesorera, Síndico y Vocales y ellos a su vez, forman parte integrante de las Asambleas Comunes.

La población total es de 11.895 habitantes; de los cuales la mayoría se registran como indígenas en los reportes de INFOPLAN 2001; de la población total, 6.440 son mujeres, 5.455 hombres. Cabe manifestar que los miembros de la Junta Parroquial manifiestan que en la actualidad la población sobrepasa los 20.000 habitantes. Se maneja el idioma materno “Quichua”, especialmente en la población adulta, pero también se han visto forzados a aprender y manejar el idioma Castellano con diferentes niveles de perfección, tanto para la escritura como para la lectura, por cuanto hasta hace 16 años en la zona solamente habían escuelas con profesores hispanos, quienes exigían el aprendizaje del castellano; esto está cambiando paulatinamente pues se han creado nuevas escuelas bilingües o han cambiado de jurisdicción a algunas ya existentes, donde se hacen procesos educativos de enseñanza aprendizaje utilizando el idioma materno.

Es una parroquia que se fundó en 1961, como fruto de un proceso de lucha contra las haciendas. Tiene una feria famosa que se realiza los sábados a donde concurren los habitantes desde las comunidades, esta actividad es vista con interés por los turistas nacionales e internacionales, por lo cual muchos turistas viajan un día antes de la feria. Los turistas tienen también como objetivo realizar caminatas o en bicicletas hasta la laguna Quilotoa que se ubica al sur de la cabecera parroquial en la vía hacia Chugchilán

Para llegar al centro parroquial se toma la vía Latacunga – La Maná y en el kilómetro 65 en un punto conocido como el Campamento, hacia la derecha, se ubica la cabecera parroquial. De

acuerdo a la información de Hess, 1990; Zumbahua abarca una extensión aproximada de 230 km cuadrados.

Los límites son:

- Al norte: Con la parroquia Chugichilán
- Al Sur: Con la parroquia Angamara
- Al Este: Con la parroquia Guangaje
- Al Oeste: Con la parroquia Pílaló

La orografía de la parroquia, es irregular, dando lugar a la formación de quebradas y pendientes, que al entrelazarse forman valles ondulados con pequeñas zonas planas; en estas últimas generalmente se ubican zonas húmedas conocidas como pantanos, desde donde nacen vertientes que se unen y forman riachuelos como el Michacalá, Río Rumichaca y en pequeñas cantidades también bajan por las quebradas de Paccha, Tigua y forman el Río Zumbahua, dando lugar al nacimiento del Río Toachi.

En las áreas paramales se ubican vertientes o zonas húmedas que alimentan a los sistemas de agua entubada que sirven para las comunidades de la parte baja de la parroquia y alimentan los ríos. Tenemos las siguientes vertientes:

- Vertientes de Corral Cuchu, Pusu Rumi, Sacha Urcu, Toro Rumi, Ira urco, Cantana, Sig Sig Cuchu, Acabana, Quincha Rumi, Toro Pucru, Atog Huachana, Urcu Puncu, Quiru Sirina, Quizu Pata, Misi Sitama (en páramos de la comunidad Michacalá)
- Vertientes de Chmborazo, Uctu Rumi, Chanhunga y Palitingo (Páramos de Yanallpa).
- Vertientes de Tumbuzuc, Milinpamba, Lucin Cuchu, Yarac Rumi, Chalua Tingo (comunidad de Talatac).
- Vertientes de Patac, Cuichi Yau, Anga Huachana, Sig Sig Cuchu (en la comunidad de Sarausha).

La implantación de un plan de promoción turística para la PARROQUIA ZUMBAHUA a nivel nacional va a favorecer a la Parroquia, tanto económicamente, como en calidad de vida y rescatar de esta manera el valor cultural e histórico de la Parroquia.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

No se ha logrado establecer planes adecuados, integrales y sostenidos de desarrollo de la actividad turística como área estratégica para el crecimiento de la economía siendo esta es la razón porque los resultados todavía son poco favorables en el ámbito económico nacional.

Esto se debe también a restricciones de tipo presupuestario, a la inestabilidad y poca continuidad en la gestión de los organismos oficiales de turismo y exceso de protagonismo y falta de consensos y cooperación entre los gremios del sector, en sus mismas filas y en su relación con el ámbito oficial del turismo en el Ecuador.

El sector turístico nacional gira alrededor de las empresas que conforman la planta y las actividades de servicios al turista desde el alojamiento, alimentos y bebidas, transporte, esparcimiento y operación propiamente dicha.¹

Además, no existe un análisis macroeconómico para ser utilizado como instrumento de planificación, ni existe un seguimiento de la evolución económica del turismo y principalmente falta una comparación estadística internacional.

De mantenerse la situación actual, la economía no reflejará la realidad de la actividad turística en el Ecuador, esto ocasionaría un retardo en el crecimiento real de la economía en relación al crecimiento mundial. Ante la falta de promoción turística de la Parroquia Zumbahua y la admiración que ella despierta en los extranjeros, se hace necesaria una planificación para promover el turismo de esta etnia o sector de la provincia.

3.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

¿Un plan de promoción turística para la PARROQUIA ZUMBAHUA dirigido al turismo nacional, puede convertirse en una posibilidad para incrementar las plazas de trabajo y a su vez mejorar la economía comunitaria y nacional?

¹ Ministerio de Turismo, “Estadísticas de Establecimientos Turísticos, Quito, 2008.

3.2. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.

- ¿Qué segmento de la población se beneficiaría con la implantación de un plan de promoción turístico de la PARROQUIA ZUMBAHUA?
- ¿Qué técnicas de marketing serían las adecuadas para dar a conocer el turismo tanto a nivel nacional como internacional?
- ¿Cuál es el impacto social, económico y ambiental que se dará con la implantación de un plan de promoción turístico de la PARROQUIA ZUMBAHUA?

4. JUSTIFICACIÓN.

En el Ecuador la explotación del turismo ha crecido mucho en los últimos años, su ubicación estratégica ha permitido al Ecuador aprovechar este gran recurso.

Ecuador es un país pequeño. No obstante está caracterizado por su singular topografía, su diversidad de zonas climáticas, y una prolífica población de especies vegetales y animales.

El viajero no necesita salir de sus fronteras para trasladarse, en cuestión de horas, de la selva tropical a las estribaciones y alturas de la Cordillera de los Andes, y bajar luego hacia la Costa del Pacífico, mientras contempla una sucesión interminable de paisajes naturales².

Al viajar por el maravilloso mundo natural del Ecuador, se puede seguir el curso de ríos anchos y angostas corrientes, descansar en la ribera de lagos, explorar cuevas misteriosas y admirar especies vegetales y animales únicas en su tipo que han evolucionado sin la intervención del Hombre.

Al ver estas condiciones en el Ecuador y sabiendo que las posibilidades de ingresar al mercado con nuevos e innovadores servicios turísticos son una realidad, vemos en el turismo una oportunidad para generar rentabilidad y a la vez proporcionar plazas de empleo con miras a reactivar la economía ecuatoriana.

Este proyecto fue elegido ya que el área de turismo aún no ha sido explotada en su totalidad, peor aún la del turismo comunitario, y en los últimos años ha generado importantes ingresos para el país.

² Observación propia: El Ecuador posee cuatro regiones (Costa, Sierra, Oriente, Región Insular) en las que el turista puede realizar distintas actividades.

Desde hace aproximadamente veinte años, las nacionalidades indígenas del Ecuador han buscado alternativas para adaptarse a las nuevas situaciones socio-culturales de la sociedad y para enfrentar la crisis económica, profundizada por el proceso de globalización. En este sentido, empiezan a construir desde sus propias racionalidades culturales experiencias de autogestión turística comunitaria, las mismas que van encontrando en el turismo una posibilidad de mejorar sus condiciones de vida y de abrir espacios para encuentros interculturales.

El presente proyecto propone un destino turístico diferente, enfocándose principalmente en el turismo comunitario. Se trata de la PARROQUIA ZUMBAHUA, que ha sido muy poco considerada como un lugar a visitar dentro del Ecuador, sus características y cultura deben ser aprovechadas dándose a conocer a nivel nacional e internacional. La implantación de un plan de promoción turístico para la PARROQUIA ZUMBAHUA a nivel nacional va a favorecer a la Parroquia tanto económicamente, como en calidad de vida se rescata de esta manera el valor cultural e histórico de la PARROQUIA ZUMBAHUA.

5. DELIMITACIÓN: TEMPORAL, ESPACIAL

5.1. DELIMITACIÓN TEMPORAL.

Para el desarrollo del presente trabajo se investigará el período de tiempo correspondiente a los años 2008 – 2011, especialmente porque así lo requiere la Metodología de la Investigación, se realizan análisis de estos años y la propuesta se la construirá para el período 2012 - 2016

5.2. DELIMITACIÓN ESPACIAL.

El presente proyecto se analizará en la Parroquia Zumbahua, Cantón Pujilí, Provincia de Cotopaxi

6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

6.1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un Plan de Turismo Comunitario para la Parroquia Zumbahua, Cantón Pujilí, Provincia de Cotopaxi.

6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional del Turismo Comunitario en la PARROQUIA ZUMBAHUA, que permita conocer su estilo de vida y de esta manera determinar sus

costumbres y tradiciones ancestrales, de tal manera que se rescate y promueva la historia y cultura de uno de los pueblos más representativos y reconocidos del Ecuador y la tabulación los datos obtenidos de las encuestas y entrevistas realizadas, para conocer la situación real socio-económica de la PARROQUIA ZUMBAHUA.

- Efectuar un estudio de oferta y demanda del Turismo Comunitario, para conocer la situación actual de la PARROQUIA ZUMBAHUA.
- Diseñar un plan de acción para incrementar el Turismo Comunitario, de la PARROQUIA ZUMBAHUA., considerando la riqueza natural y cultural de tal manera que convierta a la Parroquia en un destino turístico a nivel nacional, que cuente con atractivos naturales y culturales, que atraigan al turista por su imagen mitológica y legendaria.

7. HIPÓTESIS.

7.1. HIPÓTESIS GENERAL.

El desarrollo de un plan de promoción turística para la PARROQUIA ZUMBAHUA permitirá fortalecer la actividad turística en esta Parroquia.

7.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.

1. El adecuado diagnóstico situacional del Turismo Comunitario en la PARROQUIA ZUMBAHUA, favorecerá al establecimiento e interpretación de resultados de la misma.
2. LA determinación de la oferta y demanda real del turismo en la PARROQUIA de ZUMBAHUA, y a nivel nacional, hará viable el proyecto.
3. Un adecuado Plan de acción para incrementar el Turismo Comunitario, influirá positivamente en el desarrollo del aparato productivo nacional y el de la Parroquia.

8. MARCO DE REFERENCIA.

8.1 MARCO TEÓRICO.

Definición del Turismo para Fines Estadísticos: La definición para fines estadísticos surgió de la necesidad de establecer una unidad de medida que permitiera hacer comparables las cifras turísticas

internacionales. La primera definición surgida como consecuencia de esta necesidad data de 1937, y se originó en el Comité de Expertos en Estadísticas de la Sociedad de Naciones, el cual con el objeto de facilitar la comparación entre las estadísticas internacionales, definió no al turismo propiamente dicho, sino a la persona que realiza esta actividad, de la siguiente manera:

“Turista debe ser interpretado, en principio, como un significativo de toda persona que viaja durante veinticuatro horas o más por cualquier otro país que el de su residencia habitual”³.

En 1963 la entonces Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo – UIOOT⁴, recomendó a la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Turismo y los Viajes Internacionales, celebrada en la ciudad de Roma efectuaran un cambio en la definición, a efecto de contemplar en ella a todas las personas que llegan a un país. Propuso el cambio de término turista por el visitante, al que definió, a su vez, en la siguiente forma:

“Para fines estadísticos, el término visitante describe a cualquier persona que visite un país distinto de su residencia habitual, por razones distintas de la de ejercer una ocupación remunerada en el país visitado”⁵.

En la práctica, esta definición cubre dos clases distintas de visitantes, turistas y excursionistas, los cuales, por su parte, fueron definidos en los siguientes términos:

“Turista visitante que permanece por lo menos veinticuatro horas en el país visitado, y cuyos motivos de viaje pueden ser: Descanso (recreaciones, vacaciones, salud, estudios, religión y deportes) Negocios, familiares, misión oficial, reuniones”⁶.

Excursionista: “Visitante temporáneo cuya permanencia no sobrepasa las veinticuatro horas de país visitado (Comprenden a los viajeros en cruceros)”⁷. La citada modificación fue aceptada por el comité de Estadísticas de las Naciones Unidas en 1968, año en que también la UIOOT adoptó oficialmente la definición y que, desde entonces, es la definición empleada en el nivel mundial para fines estadísticos.

³ “Folleto de Turismo UCT”, Quito-Ecuador, Pág. 8, 2002.

⁴ La UIOOT fue una organización no gubernamental integrada por los organismos oficiales de turismo de diferentes países que se creó en el año de 1930, a partir de la antigua unión internacional de organismos oficiales para la propaganda turística. Fundada en 1924 y que el 2 de enero de 1975 se transformó en la Organización Mundial del Turismo.

⁵ “Folleto de Turismo UCT”, Quito-Ecuador, Pág. 8, 2002.

⁶ “Folleto de Turismo UCT”, Quito-Ecuador, Pág. 9, 2002

⁷ “Compendio sobre el turismo.” OMT, Madrid, 1977

8.2 MARCO CONCEPTUAL.

Actividad Turística.- “Se puede definir como el resultado de los actos particulares de consumo realizados por personas fuera del lugar de su domicilio habitual que, por diferentes motivos, visitan temporalmente sitios que ofrecen bienes y servicios turísticos”.⁸

Agencias De Viajes Mayoristas.- Son las que proyectan, elaboran, organizan y venden en el país, toda clase de servicios y paquetes turísticos del exterior a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, debidamente autorizadas; y, además, mediante la compra de servicios que complementa el turismo receptivo, organizan y venden en el campo internacional, a través de las agencias de viajes de otros países.⁹

Agencias De Viajes Internacionales.- Son las que comercializan el producto de las agencias mayoristas, vendiéndolo directamente al usuario; o bien proyectan, elaboran, organizan o venden toda clase de servicios o paquetes turísticos, directamente al usuario o comercializan, tanto local como internacionalmente, el producto de las agencias operadoras. Estas agencias no pueden ofrecer ni vender productos que se desarrollen en el exterior a otras agencias de viajes dentro del territorio nacional.¹⁰

Agencias De Viajes Operadoras. Son las que elaboran, organizan, y venden, ya sea directamente al usuario o a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país.

Alianza Estratégica.- Forma de cooperación por medio de la cual las empresas se unen para lograr un propósito común en un momento determinado.

Balanza De Pagos.- Internacionalmente se la considera como: " El registro sistemático de todas las transacciones económicas efectuadas durante cierto período, generalmente un año, entre los residentes de un país y los residentes de los demás países”.¹¹

Bienes Turísticos. - Atractivos Turísticos, o Recursos Turísticos. Materia prima del turismo. Se clasifican en: Naturales (ríos, playas, etc.) y Creados:(Iglesias, museos, etc.)

⁸ Diccionario de turismo, boletín-turistico.com

⁹ CAPTUR, “Reglamento general de actividades turísticas”, año 2005

¹⁰ CAPTUR, “Reglamento general de actividades turísticas”, año 2005

¹¹ Diccionario de turismo, boletín-turistico.com

Circuito Turístico.- Recorrido circular que parte de un centro emisor o receptor y que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo de su recorrido.

Cluster Turístico.- “Un espacio geográfico determinado por unas ventajas comparativas concretas, lo bastante homogéneas, territorialmente enmarcadas en una relativa unidad y con unas condiciones de conectividad promisorias, donde se dan los atractivos naturales o culturales necesarios para perfilar un buen producto turístico o una familia de productos, más los componentes empresariales y tecnológicos que forman una cadena de producción y mercadeo armónica y relativamente autárquica, la cual debe operar en condiciones adecuadas de productividad, para ofrecer el producto o productos en condiciones de excelencia, a menor precio que los competidores de calidad comparable, y en la oportunidad y cantidad buscada por la demanda; es decir, donde las ventajas comparativas se pueden maximizar como ventajas competitivas”.¹²

Consumo Turístico.- Todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante, para y durante su desplazamiento y estancia en el lugar de destino.

Costo Beneficio.- Se puede definir como un método sistemático que se emplea para evaluar la viabilidad económica de una inversión, proyecto o plan o cualquier otro tipo de inversión pública o privada y cuya finalidad es la de precisar las condiciones de retorno de la inversión.¹³

Crecimiento Económico.- “Es el aumento porcentual en el PIB de un año comparado con el del año anterior. Es importante que el crecimiento del PIB, sea mayor que el crecimiento de la población, a fin de facilitar las políticas sociales y de retribución del ingreso.”¹⁴

Déficit Comercial.- Se presenta cuando los ingresos por exportaciones de bienes son menores que los egresos por importación de bienes.

Demanda Turística.- Conjunto de necesidades requeridas por el turista durante su desplazamiento y en lugar de la estancia.

Empresa Turística.- Por extensión, unidad de organización dedicada a la prestación de servicios turísticos, entre otras, Aerolíneas, Hoteles, Agencias de Viaje, Restaurantes, Arrendadoras de Vehículos etc.

¹²Diccionario de turismo, boletín-turistico.com

¹³Diccionario de turismo, boletín-turistico.com

¹⁴Diccionario de turismo, boletín-turistico.com

Encuesta.- Técnica de recoger información sobre determinado tema.

Estrategia.- Es la definición en el tiempo y en el espacio del proceso de orientación general, principios y organización en cuyo marco deben operar las acciones e instrumentos previamente formulados. El Instituto Interamericano de Turismo (1992) la define como: " El proceso que permite aprovechar las condiciones más favorables para la empresa y determinar cuál es el momento preciso para actuar, teniendo en cuenta límites y restricciones de los recursos disponibles".¹⁵

Excursión Turística.- Viaje individual o colectivo generalmente organizado por una agencia de viajes, comercializado a un precio fijo y en una sola transacción.

Flujos Turísticos.- Resultado cuantificado del desplazamiento temporal y motivado de viajeros, que desde el lugar de domicilio habitual, se dirigen a otros lugares de destino que ofrecen bienes y servicios turísticos.

Impacto Económico Del Turismo.- El impacto económico del turismo se produce como resultado de las transacciones de bienes y servicios, puestos efectivamente en el mercado para la realización de actos particulares de consumo (oferente), a cambio de bienes económicos - dinero - del turista (demandante).

Industria Turística.- Conjunto de empresarios tanto personas naturales como jurídicas, que participan en la planeación, organización, comercialización y distribución del producto turístico, así como los aspectos relacionados con la inversión necesaria para su desarrollo.

Inflación.- "Para la escuela neoliberal, la inflación resulta de un excesivo crecimiento del dinero en circulación, originado en los gastos del gobierno, por encima de sus ingresos y en la creación exagerada de crédito privado".¹⁶

Ingresos.- Para efectos de estadística turística internacional se definen como: " Ingresos de un país procedente de los gastos turísticos de los visitantes internacionales".¹⁷

Infraestructura Turística.- Término para señalar los elementos básicos para el desarrollo del turismo: vías de comunicación, aeropuertos, energía, agua potable, alcantarillado, salud, higiene,

¹⁵Diccionario de turismo, boletín-turistico.com

¹⁶Diccionario de turismo, boletín-turistico.com

¹⁷Diccionario OCEANO, Ed. Norma, Pág. 50, Bogotá, 2003

puertos, aeropuertos, terminales de transportes, automóviles, talleres, señalización, bombas de gasolina, correos, teléfonos, etc.

Logotipo.- Distintivo formado por las letras, abreviaturas, etc., peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto.

Marketing Estratégico.- Comprende el estudio sistemático y continuado de las necesidades de los consumidores, definiendo para cada grupo específico (segmento de demanda) productos que permitan obtener una importante y sólida ventaja competitiva.

Mercadeo Turístico.- Conjunto de técnicas y acciones relativas a la transferencia y venta de servicios turísticos del productor al consumidor del producto turístico.

Mercado Turístico.- Una forma de mercado en el que las personas y organizaciones realizan transacciones económicas por medio de la compra y venta de bienes y servicios turísticos, que son aquellos consumidos por los turistas y que son producidos por diferentes actividades económicas y ramas productivas, lo que genera la demanda y la oferta turística.

Plan.- “En planificación, se puede definir como el conjunto de disposiciones adoptadas con miras a la ejecución de un proyecto”.¹⁸

Plan De Marketing.- Documento en el cual se especifican las decisiones adoptadas con relación al mercado, el producto, los canales de distribución a utilizar para hacerlo llegar al consumidor, los precios a los cuales se debe vender, y las características generales de las actividades de promoción y operación de venta, a desarrollar en mercado durante el proceso de comercialización.

Plan Turístico.- Desde la perspectiva del paquete turístico, se puede definir como las alternativas u opciones que se encuentran dentro del mismo.

Planificación Turística.- Conjunto de acciones dirigidas a encauzar o modificar el proceso de desarrollo de un país, región o localidad, hacia unos fines determinados en consideración con la política turística nacional o regional en armonía con los planes nacionales, regionales o locales de desarrollo económico y social.

¹⁸Diccionario de turismo, boletín-turistico.com

Política Turística.- “Acción del estado integrada por una serie de normas orgánicas, esfuerzos, tendencias y disposiciones destinada a indicar, regular fomentar y proteger la actividad turística en conjunción con el sector privado”.¹⁹

Precios.- Los precios expresan la proporción en que se cambian bienes y servicios por dinero, pudiéndose expresar cada unidad de ellos, en términos monetarios.

Producto Turístico.- Es un producto compuesto por una serie de elementos tangibles e intangibles que generan satisfacción turística, que a efectos de consumo por parte por parte del turista, ocurre en varias etapas sucesivas y temporalmente variadas.

Proyecto.- Conjunto de actividades concretas que se realizan con el fin de satisfacer necesidades y resolver problemas específicos.

Ruta Turística.- Eje vial que conecta dos o más centros emisores o receptores y que contiene distintos atractivos.

Segmentación.- “Término utilizado para dividir el conjunto del mercado turístico (real o potencial) en subconjuntos lo más homogéneos posibles, para la determinación y fijación de políticas, estrategias y técnicas puntuales de promoción por parte de la empresa turística”.²⁰

Valor Agregado.- Es la diferencia entre los elementos básicos del contrato formal y la totalidad de beneficios y servicios de los que disfruta el cliente.

Zonas Turísticas.- Son las extensiones de territorio que por contener un potencial de recursos turísticos deben someterse a especiales medidas de protección y a un planeamiento integrado que ordene su desarrollo.

¹⁹Diccionario de turismo, boletín-turistico.com

²⁰KOTLER, Filip, “Fundamentos de Marketing”, Ed. Mc Graw Hill, Pág. 56. México, 2007

9. VARIABLES E INDICADORES.

9.1. VARIABLES.

Dominio	Variable	Indicadores	Forma de Calculo
Participación en el Mercado	Precio	Tasas	Precio * Cantidad
	Servicio	Tasas	Servicios turísticos de la Parroquia / Servicios turísticos del Cantón
	Publicidad	Tasas	Servicios turísticos de la Parroquia / Servicios turísticos Cantón
Recurso de la Parroquia	RR.HH	Tasas	Recursos humanos de la Parroquia / Recursos humanos de la Provincia /
	Recursos Culturales	Tasas	Recursos Culturales de la Parroquia / Recursos Culturales de a Provincia /
Numero de Turistas	Recursos Naturales	Tasas	Recursos Naturales de la Parroquia / Recursos Naturales de la Provincia /
	Demanda Turística	Tasas	Demanda Turística del a Parroquia / Demanda Turística dela Provincia /
	Oferta Turística	Tasas	Oferta Turística de la Parroquia / Oferta Turística de la Provincia /
Educación	Analfabetismo	Tasas	Población Analfabeta / población Total
	Deserción	Tasas	Población que deserto / Población matriculada
	Repetición	Tasas	población que repitió / población matriculada
	Nivel de Instrucción	Tasas	Población del nivel de instrucción / población de 6 años y mas

9.2. INDICADORES.

Los indicadores a utilizarse serán: tasas de crecimiento y estructura porcentual, niveles, grados, cobertura, etc. Que servirán para valorar el estudio y evaluación económica del turismo en el Ecuador.

10. METODOLOGÍA.

10.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

El presente trabajo desarrollará una investigación científica, pues en todo el proceso se obtendrá los resultados mediante procedimientos metódicos, donde se utilizará la reflexión, los razonamientos lógicos y la investigación, que responderá a una búsqueda intencionada, para lo cual se delimitarán los objetivos y se prevendrán los medios de indagación necesarios para el éxito del proyecto a desarrollar.

10.2. MÉTODOS.

Se procederá a emplear los siguientes métodos:

EL MÉTODO ANALÍTICO: Al establecer fundamentos, detalles pensamientos de varios autores con el objeto de llegar a la verdad del problema planteado.

“A través de este método se efectuará el análisis de las bases teóricas y procesales que sirven de sustento para el desarrollo del tema investigado, por lo que, se recurrirá al estudio de las citas bibliográficas que contienen la síntesis de los datos de varios autores que se han tomado como referencia.”²¹

EL MÉTODO DEDUCTIVO: Permitirá llegar a la verdad partiendo de los conocimientos generales para poder establecer conocimientos específicos, lo que significa que se singularizará el problema planteado, logrando concentrar los aspectos de la investigación en aspectos puntuales.

Esto permite indagar en los aspectos genéricos relativos a la investigación, puntos de partida que hacen posible la orientación hacia los temas complejos a desarrollarse, esto es, los parámetros teóricos y normativos que den soluciones requeridas.

²¹ RON, Francisco, "Metodología de la Investigación", ED. Escuela Politécnica Nacional, Pág. 35, Quito, 2007

10.3. TÉCNICAS.

TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN E INSTRUMENTOS:

Con el objeto de obtener información que apoye la investigación científica del problema examinado, se acudió a la técnica del fichaje, que se ha convertido en verdadero cimiento cuya finalidad es retener toda información que llega a la memoria para utilizarla en el momento adecuado.

La ficha bibliográfica tiene como propósito dar una visión integral del contenido de la fuente bibliográfica, mediante la anotación del nombre del autor, del tema de la obra examinada, de la parte específica utilizada del índice, de la edición, de la editorial, así como de otros datos importantes referentes a la obra estudiada y requerida para alimentar el contenido de la investigación

La ficha mnemotécnica que, como ayuda memoria o ficha de trabajo es relevante por sus características peculiares y descriptiva; contiene las notas conceptuales o ideas principales del tema así como los datos informativos sobre el autor, la obra, la materia, el título, los demás temas y subtemas, los capítulos, clasificación y orden de las fichas, y la página o páginas consultadas, que a criterio del investigador merecen ser destacadas en el tema a tratarse, convirtiéndose en la herramienta más adecuada y de suma importancia en el tratamiento de la presente indagación.

PLAN ANALÍTICO

CAPÍTULO I: PLAN DE TESIS

1. TEMA DE INVESTIGACIÓN
2. DIAGNOSTICO SITUACIONAL
 3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
 - 3.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN
 - 3.2. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA
4. JUSTIFICACIÓN
5. DELIMITACION: TEMPORAL, ESPACIAL
 - 5.1. DELIMITACION TEMPORAL
 - 5.2. DELIMITACION ESPACIAL
6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN
 - 6.1. OBJETIVO GENERAL
 - 6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS
7. HIPÓTESIS.
 - 7.1. HIPÓTESIS GENERAL
 - 7.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS
8. MARCO DE REFERENCIA
 - 8.1 MARCO TEÓRICO
 - 8.2 MARCO CONCEPTUAL
9. VARIABLES E INDICADORES.
 - 9.1. VARIABLES.
 - 9.2. INDICADORES
10. METODOLOGÍA
 - 10.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN
 - 10.2. MÉTODOS
 - 10.3. TÉCNICAS

CAPÍTULO II: OFERTA TURÍSTICA

- 2.1. INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA
 - 2.1.1. SITIOS NATURALES
 - 2.1.2. MANIFESTACIONES CULTURALES, RELIGIOSAS
 - 2.1.3. INDUSTRIAS EXISTENTES
 - 2.1.4. FESTIVIDADES
- 2.2. INVENTARIO DE SERVICIOS TURISTICOS
- 2.3. ANALISIS DE LA OFERTA TURISTICA LOCAL

CAPÍTULO III: DEMANDA TURÍSTICA

3.1. DEFINICION DE LA DEMANDA

3.2. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

3.3. ANALISIS DE LA DEMANDA TURISTICA EN LA PARROQUIA DE ZUMBAHUA

3.4. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL TURISMO COMUNITARIO DE LA PARROQUIA DE ZUMBAHUA

3.5. ARBOL DE PROBLEMAS

3.5.1. ANALISIS DE PROBLEMAS

3.6. MATRIZ DE MARCO LOGICO

CAPÍTULO IV: DISEÑO DE LA PROPUESTA

4.1. VISIÓN

4.2. MISIÓN

4.3. ANALISIS FODA

4.4. PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS ESTRATEGICOS POR COMPONENTES

4.5. IDENTIFICACION DE PERFILES DE PROYECTOS

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

5.2 RECOMENDACIONES

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA

CAPÍTULO II

OFERTA TURÍSTICA

2.1. INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA

2.1.1. SITIOS NATURALES

Provincia de Cotopaxi

Situación Geográfica

Cotopaxi, oficialmente Provincia de Cotopaxi, es una de las 24 provincias de la República del Ecuador, localizada en la región sierra del país, al centro-norte del mismo. Su capital es Latacunga. La provincia toma el nombre del volcán más grande e importante de su territorio, el volcán Cotopaxi.

Cotopaxi se encuentra dividida políticamente en siete cantones. Según el último ordenamiento territorial, la provincia de Cotopaxi pertenece a la región comprendida también por las provincias de Pastaza, Chimborazo y Tungurahua. La Provincia de Cotopaxi se divide geográficamente en Cantones, los mismos que se presentan en la Gráfica a continuación.

Mapa de la Provincia de Cotopaxi por cantones



Pujilí es el segundo cantón más antiguo de nuestra provincia, su historia honra al país por su intelectualidad y acciones emancipadoras.

Cabecera cantonal: San Buenaventura de Pujilí

Ubicación: Centro sur de la provincia

Fundación: 1657

Fecha de Cantonización: 14 de octubre de 1852

Población: 60.728 hab (2001)

Extensión: 1.308 Km²

Altura: 2461 msnm

Temperatura: 14° C

Parroquias: La Matriz, Angamarca, El Tingo - La Esperanza, Pilaló, La Victoria, Guangaje, Zumbahua

Datos Generales

Pujilí en época prehistórica estuvo gobernada por el Cacique Mayor Alonso Sancho JachoCapác, tiene como noble centinela al Sinchahuasín que significa CASA FUERTE y un balcón donde se contempla el más hermosos paisaje, no solamente del cantón sino de otros lugares; además se puede observar el movimiento y alegría de las gentes que acuden a las ferias los días miércoles y domingos. Los hombres y mujeres buenos que ha entregado esta madre generosa, por todos los rincones de la Patria Grande, la recuerdan con cariño.

Ellos con su esfuerzo y talento han formado la más linda corona para colocarla sobre sus sienes. Esa madre dio a luz Maestros en el arte de la música, Educadores, Sacerdotes, Militares, hábiles Alfareros.

Este es un pueblo eminentemente indígena con características propias de los mismos. Calles estrechas, casas con patios internos, iglesias coloniales, calles empedradas, gente amable y gentil.

Pujilí tiene fama por su artesanía de cerámica. Durante la Colonia fue asiento misionero. Cuenta con un mercado indígena interesante que ofrece los días miércoles y domingos además de trabajos artísticos hechos en arcilla.

Sobre la cima o parte más alta, está colocada una cruz del Patrono del pueblo: San Buenaventura de Viterbo. Alrededor de Pujilí se puede ver cómo se fabrican las artesanías de barro, también podremos ver cómo los alfareros utilizan el barro para fabricar “las tejas” que luego son llevadas a todas partes del país. Los famosos danzantes de esta tierra mía son los únicos en el mundo, las octavas de Corpus han logrado singular importancia hasta convertirse en una fiesta nacional e internacional.

En la zona de estudio se han podido identificar nueve atractivos turísticos dentro de la modalidad de turismo alternativo, que poseen características peculiares que llaman la atención del potencial cliente.

Parroquia Zumbahua: Parroquializada el 16 de junio de 1972, tiene una extensión aproximada de 230 Km. cuadrados de territorio. Sus habitantes son comerciantes por excelencia, la feria semanal de los sábados es muy concurrida.

En Zumbahua existe un Hospital de primera categoría, con profesionales extranjeros, quienes atienden a los parroquianos los cuales son indígenas en su totalidad, este centro de salud así como la universidad, colegio y algunas escuelas, reciben ayuda económica y capacitación de fundaciones extranjeras.

En el aspecto turístico tiene relevancia el viejo volcán apagado y laguna de "Quilotoa", donde hasta hace pocos años vivió el "Ermitaño del Quilotoa", un extranjero que se afincó en el lago (se llamaba Wisdom) y que fue motivo de varias leyendas y mitos por parte de quienes por allí vivían. Este volcán apagado es visitado por muchos turistas.

Además resalta la actividad de los pintores de Tigua y Zumbahua, máxima expresión popular donde se reflejan las costumbres de las comunidades y la vida del campo, en un llamado nuevo arte "naif". Además aquí se puede observar una forma particular de comprar los productos que es "el trueque".

La Parroquia Zumbahua abarca una extensión aproximada de 230 km cuadrados. Los límites son:

- Al norte: Con la parroquia Chugichilán
- Al Sur: Con la parroquia Angamara
- Al Este: Con la parroquia Guangaje
- Al Oeste: Con la parroquia Pílaló

El relieve de la parroquia, es irregular, dando lugar a la formación de quebradas y pendientes, que al entrelazarse forman valles ondulados con pequeñas zonas planas; en estas últimas generalmente se ubican zonas húmedas conocidas como pantanos, desde donde nacen vertientes que se unen y forman riachuelos como el Michacalá, Río Rumichaca y pequeñas cantidades también bajan por las quebradas de Paccha, Tigua y forman el Río Zumbahua, dando lugar al nacimiento del Río Toachi.

En las áreas paramales se ubican vertientes o zonas húmedas que alimentan a los sistemas de agua entubada que sirven para las comunidades de la parte baja de la parroquia y alimentan los ríos. Tenemos las siguientes vertientes:

- i. Vertientes de Corral Cuchu, Pusu Rumi, Sacha Urcu, Toro Rumi, Ira urco, Cantana, SigSigCuchu, Acabana, Quincha Rumi, Toro Pucru, Atog Huachana, UrcuPuncu, QuiruSirina, Quizu Pata, MisiSitama (en páramos de la comunidad Michacalá)
- ii. Vertientes de Chimborazo, Uctu Rumi, Chanhunga y Palitingo (Páramos de Yanallpa).
- iii. Vertientes de Tumbuzuc, Milinpamba, LucinCuchu, Yarac Rumi, Chalua Tingo (comunidad de Talatac).
- iv. Vertientes de Patac, CuichiYau, Anga Huachana, SigSigCuchu (en la comunidad de Sarausha).

HISTORIA PARROQUIA ZUMBAHUA

“Al igual que otras parroquias vecinas, fue fundada en 1.961, pero por algunas circunstancias, dejó de serlo, hasta que el 16 de junio de 1.972, vuelve a tener esa categoría, por acuerdos realizados por los moradores con la Ilustre Municipalidad de Pujilí, para que se reconociera como parroquia a este sector de la provincia.”²²

Alrededor de 1820 la zona de Zumbahua fue destinada a grandes haciendas manejadas por mayordomos al cuidado del trabajo de los indígenas, la agricultura se alternaba con encomiendas y mitas, a este régimen de trabajo, así como a las demás labores se le conocía como Asistencia Social. En la segunda mitad del siglo XIX el sistema de latifundio y haciendas se implantaba como en tiempos anteriores, por lo que parcialidades indígenas se sometieron al trabajo forzado como los obrajes, éstos tenían mucha importancia, pues su producción era estimable.

Los comuneros cansados de la explotación y la dominación, deciden liberarse del patrón, protagonizando levantamientos contra los dueños y acuden al IERAC para demandar, acogidos a la Reforma Agraria creada desde 1.908 durante el gobierno de Eloy Alfaro, logrando recuperar las tierras

²² FABARA, Salvador: “Tierra Mía” Latacunga 1.990. 88-89

que por historia les correspondía, y cambiando los sistemas de trabajo de los indígenas. Se expropiaron las propiedades a las misiones religiosas y terratenientes, con el desarrollo y perfeccionamiento de esta ley se entregaron parcelas de terrenos a los participantes indígenas y las familias pudieron tener una parte de tierra en la cual pudieron asentarse y sobrevivir.

En el año de 1.975 entra la misión de la iglesia, a través de Sociedad Salesiana que inicia un proceso de liberación de palabra, a tener voz propia y autoestima de ser indígenas. El pueblo de Zumbahua en la actualidad es más “indio” de lo que son los habitantes de la sierra ecuatoriana, hecho que al contrario de estancar su proceso de desarrollo, permite a sus habitantes progresar de manera más rápida y efectiva conscientes de su origen y orgullosos del mismo, como un solo ente con características propias.

Con esta base, la Sociedad Salesiana empieza a trabajar con enfoque de organización, a través de la conformación de una tienda comunal de abarrotes, así como en la instalación de un molino para procesar productos secos de la zona, pero junto a este proceso estuvo la educación, iniciando con la alfabetización para los adultos, que hasta ese entonces el 99% de la población era analfabeta. Preocupados por esta situación también inician el proceso educativo con la escuela primaria, sin descuidar el espíritu de comunidad organizada. Este proceso da luces a varios líderes de la zona, que posteriormente han sido protagonistas de la creación de la organización de segundo grado, emprendida básicamente con los primeros educadores formados por la Sociedad Salesiana, de esta manera en 1.987 nace la UNOCIZ (Unión de Organizaciones campesinas e Indígenas de Zumbahua).

VOLCÁN QUILOTOA

Está ubicado a 79 km (47.4 millas) al noroeste de Latacunga, posee una altura aproximada de 3940 m.s.n.m (13002 pies). Se puede acceder a este lugar por la vía Latacunga - La Mana hasta llegar a la población de Sigchos ubicada a 15km (9 millas) de Zumbahua, desde aquí se pueden tomar varios senderos hacia la reserva.

GRÁFICO No. 2
LAGUNA DEL QUILOTOA



Fuente: Ilustre Consejo Provincial del Cotopaxi, “Informes”, Latacunga, 20009
Elaboración: Autores

Su cráter es una laguna con un diámetro de 3 km aproximadamente, en la cual no existe ningún tipo de vida piscícola, es posible observar burbujas de gas carbónico en la superficie. La mineralización de sus aguas impide la vida de ciertas especies. A su alrededor se levantan extensas montañas llenas de páramos y vida silvestre. El sitio, que está cerca de los volcanes Illinizas, es conocido también por ser zona de práctica de ciclismo de montaña.

El volcán Quilotoa está ubicado en las vertientes del río Toachi. Como se puede observar en otros volcanes de la sierra, el cono fue formado por la acumulación de flujos de lava y de material piroclástico compuesto de pómez, lapilli y ceniza.

Actualmente se puede observar los flancos originales del volcán a pocos kilómetros al este de Zumbahua. A lo largo del tiempo este volcán ha pasado por varias erupciones, estas grandes erupciones depositaron los materiales piroclásticos alrededor del cono los cuales formaron extensas planicies. Las planicies y su material volcánico se pueden observar a lo largo del camino que pasa de Zumbahua a la laguna.

RESERVA ECOLÓGICA DE LOS ILINIZAS

La reserva se encuentra en las provincias de Pichincha y Cotopaxi, cuenta con una extensión de 149.900 hectáreas. Existen algunos accesos que llevan hasta los límites o al interior de la reserva, uno de los accesos se localiza a 30 minutos de la Maná, centro poblado cercano a la zona de Zumbahua. El sector de los Ilinizas, son las mayores elevaciones de la reserva y junto con la laguna del Quilotoa constituyen sus principales atractivos.

Los ecosistemas de los Ilinizas albergan especies de flora propias de la serranía como el arrayán, quishuar, el puma maqui y el romerillo. En cuanto a la fauna se refiere, presenta mayoritariamente mamíferos menores como: chucuri, raposas, zorros hediondos, guantas y guatusas que se piensa comparten el hábitat con pumas, tigrillos e incluso el oso de anteojos. Las peligrosas serpientes equis abundan al noroccidente y se sabe que algunas especies de las célebres ranas conocidas como jambatos, poblaron el sur de esta zona.²³

LAGUNA DEL QUILOTOA

Se encuentra ubicada en las cordilleras Guangaje – Insilibí – Sigchos – Chugchilán, en las vertientes del valle del río Toachi, a 3500 m.s.n.m.

Aproximadamente a unos 12 Km. de la parroquia Zumbahua se encuentra la Laguna del Quilotoa atractivo perteneciente a la Reserva Ecológica de los Ilinizas. La laguna del Quilotoa que primero fue volcán y hoy laguna, es un escenario lleno de biodiversidad y belleza paisajística rasgos que hacen de este lugar un rincón maravilloso de desarrollo turístico.²⁴

ANDENES DE CULTIVO PREHISPÁNICO

Los andenes de cultivo de la región de Zumbahua se encuentran a 3750 m.s.n.m a 44 Km. de Pujilí centro poblado más cercano al atractivo, la mayor parte de ellos visibles a simple vista se despliegan sobre dos tipos de terreno.

²³ Fundación Natura. Reservas y Áreas Protegidas del Ecuador. (CD ROOM) Quito 2001.

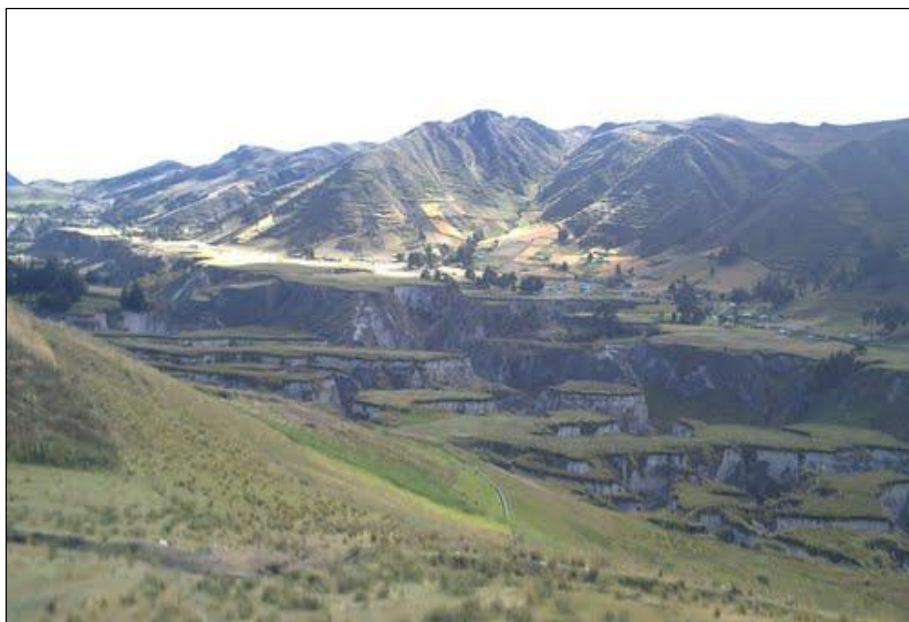
²⁴ Ibíd.

Son espacios de tierra susceptible para su siembra y cultivo de algunas decenas de centímetros de ancho, asentados sobre muros de roca de uno a dos metros de altura y que se desplazan longitudinalmente sobre la pendiente.

CAÑÓN DE ZUMBAHUA

Se encuentra a 12 Km. de la zona de Zumbahua a 3847 m.s.n.m, el cañón de Zumbahua se formó por una cobertura de flujo piroclástico, este depósito, compuesto de varios flujos, varía mucho en su espesor. El valle antiguo fue rellenado con un espesor de piroclastos que suma más de 180 m en algunos cortes.

GRAFICO No. 3
CAÑÓN DE ZUMBAHUA



Fuente: Ilustre Consejo Provincial del Cotopaxi, “Informes”, Latacunga, 20009

Elaboración: Autores

El cañón de Zumbahua presenta en algunos cortes, fragmentos de lítico, bombas y piedra pómez, expulsados de las erupciones. A través de un viaje hacia la laguna del Quilotoa se puede admirar este Cañón que ha extendido su dimensión gracias a dos tipos de erosión hídrica y eólica, durante el ascenso los cultivos contrastan con éste. Para admirar lo se puede tomar la vía Latacunga- La Maná, hasta llegar a Zumbahua y ascender hacia la Laguna.

CAÑÓN DEL TOACHI

Se encuentra a 24 Km. de Zumbahua a 2606 m.s.n.m. El cañón del Toachi tiene alrededor de 40 m. de alto con una pendiente inclinada de 60°, es producto de flujos piroclásticos cuya fuente fue el volcán Quilotoa, la emisión de estos flujos tiene una edad sugerida de 180 años.

La longitud que puede ser recorrida está comprendida en la carretera que llega hacia el cantón Sigchos, donde se puede observar una cobertura vegetal completamente intervenida, en algunos casos inclusive existen áreas de cultivo, solamente en las orillas del río.

GRÁFICO No. 4 CAÑÓN DEL TOACHI



Fuente: Ilustre Consejo Provincial del Cotopaxi, “Informes”, Latacunga, 20009
Elaboración: Autores

Es un gran accidente geográfico a manera de una gigantesca quebrada que atraviesa en gran parte la reserva de los Ilinizas y es visible desde un mirador natural en las cercanías de Sigchos. Es un sitio con un bello paisaje en cuyo interior profundo corre el río Toachi, principal eje hidrográfico de la zona.

BOSQUE PROTECTOR TOACHI – PILATÓN

Se encuentra a 1780 m.s.n.m, está ubicado dentro de la Reserva Ecológica Los Ilinizas, tiene una extensión de 14.900 hectáreas, en la composición de este bosque el estrato arbóreo llega a una altura de 20 m.

El bosque pertenece a la zona de vida bosque húmedo montano, dentro de éste existen especies arbóreas como el olivo, canelo, eucalipto, cedro, sangre de drago, tangará, guarumo, arrayán, yagual, colca, balsa, pambil. La fauna de este bosque está representada por sachacuy, erizo, puma, cervicabra, cucucho, venado, cabra, oso de anteojos.

El sistema hídrico más representativo constituye los ríos Toachi y Pilatón que nacen en los flancos de la cordillera occidental, estos ríos no están contaminados y presentan una gran riqueza ictiológica que además, en ciertas áreas de sus riberas es el hábitat del gallito de la peña.

HIDROLOGÍA

“La zona tiene varias fuentes hidrográficas, aunque éstas se encuentran muy distantes a las comunas y comunidades, sin embargo hay la presencia del río Michala que cruza la comuna de Guantopolo y la parte oriental del centro parroquial, luego una parte de este río es utilizada para el riego por la comuna Yanashpa Cocha Uma en su parte baja (planicie) son pocos beneficiarios.”²⁵

A nivel de la zona los principales recursos hidrográficos son los ríos Toachi, Quindigua y Caucho que además pueden ser conocidos con otros nombres, en especial al formar pequeños encauses, como el río Cocha que forma los tributarios Cuchuhua y Cushca, también los pobladores hacen referencia al río Rumiñahui que sirve para el riego de los páramos de Taloca, Apagua, Yanaturo y Talatug. Estos recursos son de gran importancia para los lugares poblados que están bañados por las aguas de estos afluentes y hacen uso de las mismas.

El Toachi que es el río principal, aparece en los páramos de Zumbahua y Tigua, su recorrido es de sur a norte por las parroquias de Isinliví, Sigchos, Las Pampas y va a Santo Domingo de los Colorados. Lo forman el Cumbijín, el Tigua, el Pongo y el Aguachí principalmente. El río Toachi más hacia el norte en unión con el Guayllabamba forma el Esmeraldas, en su recorrido pasa formando un importante valle entre las cordilleras de Sigchos y Guangaje.

También cuenta con aguas nacientes de los páramos de Talatac, que utilizan la parte occidental y norte de Talatac para el riego y cruza al occidente del Centro parroquial, éstas son las principales vertientes que son aprovechadas de manera rústica, sin ninguna asistencia técnica y con canales en su mayoría de tierra, apenas el 10% del sistema de riego, tienen canales de cemento armado en malas condiciones.

²⁵ CRUZ, Marco. Montañas del Ecuador, Riobamba. 1998. p.45

En lo referente a la laguna, “las aguas del Quilotoa han sido examinadas por dos ocasiones: la primera en 1.875, por el P. Luis Dressel, Profesor de la antigua Escuela Politécnica; y la segunda en 1.931, por el Doctor Enrique Torres, en esa época Director del Laboratorio Químico Municipal. La formación del Quilotoa no se trata de una “fuente de agua mineral; sino de un depósito de agua altamente mineralizada, es decir, muy rica en sustancias disueltas.

RESERVA ECOLÓGICA DE LOS ILINIZAS

La Reserva posee atractivos de gran belleza e importancia, gracias a su potencial cultural y natural de esta área protegida que recibe una gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros. Al interior se puede apreciar la majestuosidad de los Ilinizas, el Corazón y el Cerro Azul, las cumbres más importantes para los amantes de la naturaleza, el andinismo y las aventuras de alta montaña. Los Ilinizas se encuentran dentro de la Reserva que lleva el mismo nombre y forman parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas.

Ubicación: El Parque Nacional Ilinizas pertenece tanto a las provincias de Cotopaxi como Pichincha, a 55 Km. de Quito.

Extensión: La Reserva Ecológica de los Ilinizas cubre área de 149.900 hectáreas. Fue creada el 02 de Diciembre de 1.996.

Clima: La temperatura es de 0 grados centígrados en la zona alta y alcanza un máximo de 24 grados en la zona baja.

Flora: Entre especies vegetales tenemos el cedro, nogal, laurel de cera, aliso, jiguas, palmas de ramos, higuerón, sangre de gallina, sangre de drago, pambil, suro, achupalla, el canelo, matapalo, arrayán, moral bobo, chinchín, sachá chocho, romerillo, malva, coquito de montaña, guarumo plateado, guantug, lechero, suro, chilca, floripondio, cascarilla, colca, chilca, zapatito, capulí de monte, nogal, guabas, helecho gigante, pumamaqui, romerillos, entre otros.

GRÁFICO No. 5
RESERVA ECOLÓGICA DE LOS ILINIZAS



Fuente: Ilustre Consejo Provincial del Cotopaxi, “Informes”, Latacunga, 20009
Elaboración: Autores

Además se puede observar líquenes, epifitas, helechos, bromelias y orquídeas las cuales son numerosas en especies e individuos. Los árboles se caracterizan por estar cargados de musgos y el dosel está entre 20 - 25 m.

2.1.2. MANIFESTACIONES CULTURALES, RELIGIOSAS

PINTURA Y ARTESANÍA DE TIGUA Y ZUMBAHUA: Los campesinos de la comunidad de Tigua se encuentran localizados a 3650 m.s.n.m sobre el lomo de la cordillera y cercana a la agreste topografía de Zumbahua, a 4 Km. de esta zona.

Los pintores campesinos trabajan sobre cuero de oveja, que a más de brindar alimento y abrigo, concede la superficie plana necesaria para crear los colores de esmalte, hermosas obras que transmiten la ingenuidad plástica y la cotidianeidad de los Andes Septentrionales.

DANZANTE DE PUJILÍ

La fiesta Del Santísimo Cuerpo de Cristo “Corpus Cristi” fue instituida en el año de 1.234 por el Papa Urbano IV, esta celebración coincide con el solsticio de verano previo al inicio de las cosechas y se refiere a los pedidos para evitar sequías o heladas, súplicas características de las sociedades agrarias de la edad media.

La superposición de las prácticas Europea y Andina, permitió deslizar los contenidos ideológicos nativos a través de la plasticidad de un fenómeno como el de la procesión del Corpus Cristi, en el cual danzantes y disfrazados recorrían las calles.

La particularidad clave de la festividad es la presencia de los “Danzantes”, o sea indígenas que vestidos con un traje que recuerda el atuendo del clérigo en la celebración católica, bailan en un itinerario que recorre el pueblo y termina en la iglesia central. Este atractivo de gran interés turístico se desarrolla en la ciudad de Pujilí a 27 Km. de la zona de Zumbahua a 2950 m.s.n.m.²⁶

ANTROPOLOGÍA

La antropología se dedica al estudio de la realidad humana, ya que es una ciencia que trata de los aspectos biológicos y sociales del hombre. Por lo tanto aquí se describirá aspectos culturales como: idioma, vestimenta y vivienda.

IDIOMA

“El 99% de la población que comprende la parroquia de Zumbahua, es indígena quichua hablante y únicamente el 0.4% restante es de población mestiza castellano hablante que se ubican en el centro poblado de la parroquia.”²⁷

Se mantiene el idioma tradicional que es el quichua, el cual se ha ido rezagando debido al acrecentamiento de las masas de migración a diferentes partes del país. Con el apareamiento de la escuela bilingüe se procura rescatar este valor cultural autóctono.

Los miembros de la comunidad de Zumbahua son quichua hablantes, pero con la mezcla del castellano. La mezcla que realizan con el castellano sirve para relacionarse con los hispanos hablantes.

²⁶ Ministerio de Turismo del Ecuador. Fichas de jerarquización. Quito. 2002

²⁷ Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Zumbahua: “Proyecto de desarrollo de los Pueblos indígenas y negros del Ecuador PRODEPINE” Pujilí. 2000. p. 17

VESTIMENTA

No se puede manifestar que la vestimenta de la zona es la típica u original, desde 1950 hasta la presente fecha se ha experimentado un cambio paulatino, hoy en día la vestimenta es adquirida en el mercado nacional, dejando de lado la tradición de hilar.

Al confeccionar su vestuario, se puede diferenciar del resto de parroquias vecinas: las mujeres utilizan colores vivos, falda plisada de distinta calidad de tela, adornada con encajes de color azul, blusa ampliamente bordada, sombrero mariscal de color verde, café y azul acompañados siempre de plumas brillantes de pavo real, generalmente usan pañolones, chales o chalinas y como complemento usan manillas que aparentan ser de piedras y collares fabricados con pequeñas esferas labradas de color dorado denominadas huashcas.

Los hombres se visten básicamente con influencia occidental, de chompas de diversos colores, botas de cuero y sombrero mariscal de los mismos colores que usan las mujeres y usan pantalón casimir o jeans, botas de caucho y poncho de lana.

ETNOLOGÍA

Dado que la etnología es una ciencia que estudia las causas y razones de las costumbres y tradiciones de los pueblos con respecto a nuestro caso de estudio, haremos mención a la gente que se radica en el sector del Quilotoa.

COSTUMBRES

Las costumbres de los moradores tienen un carácter ancestral, pues fueron adquiridas de sus antepasados y han sido conservadas de generación en generación. El folklore existente en el sitio es una manera de conservar los valores vernáculos de la gente del sector, es la forma cómo manifiestan su sentido de identidad.

La zona por ser eminentemente indígena aún mantiene las diversas costumbres en los matrimonios, bautizos, velorios, etc., tienen como valores la solidaridad, respeto, reciprocidad, afecto de familia, mingas comunitarias, familiares y el trueque.

Entre los indígenas de este sector el matrimonio se realiza entre miembros de la misma comunidad. “El código de conducta que manejan es muy estricto, los individuos no deben hacer daño a su prójimo, ni apropiarse de lo ajeno.

Para el hombre de Zumbahua la Pachacamac, es un ser invisible, creador de todo y fuente de vida.”²⁸

Es el eje simbólico a través del cual mantienen su relación comunitaria y afirman su cultura.

“Las diversas fiestas que realizan los comuneros, están encaminadas a la religión católica, es decir en agradecimiento por las bondades concebidas en la producción, en aumentar la productividad pecuaria, la buena salud familiar, etc., que son expresadas a través de la celebridad religiosa. También existen espacios rituales en los lugares sagrados como el Quilotoa, Mama Jatava, Iskun Wayku, donde agradecen los beneficios conseguidos; pero existe otras formas de dar gracias a estos lugares sagrados como por ejemplo: los brujos utilizan ese medio natural para depositar los pedidos que hacen las personas o familias de manera positiva o negativa.”²⁹

Además en la zona aún, la población tiene sus propios yachakkuna (curanderos), parteras o comadronas. Muchos habitantes de la localidad conservan la confianza en la sabiduría de los curanderos, varios de ellos realizan limpiezas de acuerdo a sus habilidades utilizando hierbas naturales de olores fuertes, animales como la gallina negra, el cuy, sal en grano, trago, huevos, colonia, tabaco, velas y piedras en los diferentes sitios sagrados. Las mujeres de Zumbahua no tienen la costumbre de llevar un control prenatal, sino al contrario, son atendidas por las parteras de las mismas comunidades, el 90% de ellas dan a luz en los hogares, sin atención médica, dando lugar siempre al sobre parto y a la mortalidad infantil.

RELIGIÓN

En el aspecto religioso existe una mezcla entre las creencias occidentales y andinas: El infierno, es un lugar de tormento, el mundo actual Caipacha (Cai: aquí; pacha: tierra); el cielo es el mundo de arriba. Después de la muerte, todos los que hemos sido buenos en esta vida iremos al cielo; los que no, iremos al lugar del sufrimiento.

²⁸ Julio Toaquiza poblador de la zona de Zumbahua. Información personal.

²⁹ Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Zumbahua: “Proyecto de desarrollo de los Pueblos indígenas y negros del Ecuador PRODEPINE”. Pujilí. 2000. p. 27

En la población de Zumbahua un 80% pertenecen a la religión católica y el 20% restante son evangélicos, aproximadamente en toda la zona de influencia de la UNOCIZ se encuentran 10 iglesias evangélicas. La comunidad de Zumbahua con el transcurrir del tiempo ha ido modificando sus creencias religiosas. En la actualidad la población mayoritaria de este sector practica la religión católica, sin embargo también en el sector se ha desplegado la función evangelizadora.

COMIDA

La comida típica de la población del sector es: chanco hornado, caldo de gallina o de borrego, cuy asado con papas y salsa (cariucho), chicha de jora, comidas que incluyen los productos base de su cosecha como: papas, mellocos, queso, pan, huevos. Estos preparados culinarios son consumidos habitualmente, pero con mayor intensidad en las ocasiones importantes como priostazgos, jochas, mingas, etc.

TRADICIONES

Las fiestas son celebradas en dos ámbitos culturales como son: valores de la cultura indígena y la occidental, las fiestas son realizadas en el centro de la parroquia cada una con su banda de música, disfrazados y licor. Siendo las principales:

LA NOCHE BUENA: Se realiza la última semana del mes de diciembre. Los disfrazados que intervienen imitan a los animales como el mono, oso, perro, tigre: siendo diferentes los ritos de la música durante el desarrollo de esta fiesta. Ésta se celebra con música y baile.³⁰

LOS TRES REYES: Representan a los reyes magos y cabalgan animales decorados con ropas de mucha brillantez. En esta fiesta la gente de la comunidad toma diferentes roles se adornan con pintura y se ponen máscaras de madera elaboradas en la comunidad.³¹

El tigre representa el espíritu, el mono representa la alegría. Solo las personas con buen sentido del humor pueden representar al mono.

³⁰ Datos obtenidos de los pobladores del sector de Zumbahua. Información propia.

³¹ Ibíd.

LA PASCUA: En esta fiesta los priostes (capitanes) se visten de luto y llevan una bandera de color negro. Llevan los acompañantes carbón e incienso haciendo humear.³²

MATRIMONIOS: Para los indígenas de esta comunidad el matrimonio significa una mejor vida para la pareja con la bendición de Dios. En cuanto al enamoramiento se desarrolla en el trabajo, en el pastoreo, etc., cabe destacar que en un gran porcentaje el matrimonio es obligado por los padres.

Para el pedido llevan pan, plátanos, dos ollas grandes de comida (preparada con carne de borrego), tanto para los padres como para la novia, siendo imprescindible la presencia del licor en proporciones grandes.

El día del matrimonio eclesiástico asisten a la iglesia en donde reciben la bendición de un sacerdote, luego festejan con comida, música y licor.³³

BAUTIZO: el bautizo significa ser cristiano de acuerdo al mandamiento de Dios.

Durante el período de gestación alguien elige el nombre del niño o niña y su respectivo padrino o madrina.

Para comprometer al futuro padrino se le hace una visita llevando plátanos, pan y un par de botellas de licor y posteriormente se pone de acuerdo con el cura para bautizarlo.³⁴

Una de las más arraigadas tradiciones en la comunidad de Zumbahua es la FESTIVIDAD EN HONOR A LOS DIFUNTOS, en esta fecha se reúne la familia y se preparan comilonas (con carne de borrego, cuyes, conejos, gallinas, colada morada) y concluye con la bebida. En este día los parientes reunidos acuden al cementerio para dejar ofrendas, coronas y realizar responsos.

La noche anterior a la celebración de los finados se realiza la tendida de las guaguas de pan (consiste en designar a cada una de las guaguas de pan con los nombres de fallecidos). La fiesta del CORPUS CRISTI se da el 23 de junio y es acompañado con corrida de toros populares, bandas de pueblo,

³² Ibíd.

³³ Ibíd.

³⁴ Ibíd.

desfiles indígenas así como espectáculos rituales y de popularidad, es la elección del Inti Raimi o Reina del Sol.³⁵

LEYENDAS

Se dice que la laguna del Quilotoa posee cierta fuerza de atracción, es por eso que cuentan que las aves que vuelan a su alrededor caen desplomadas a la laguna. Además cuentan que la laguna no tiene fondo, por lo cual algunos nativos dicen haber encontrado restos de barcos por lo que sus aguas tendrían conexión con el mar.

Hemos de anotar también dentro de la fábula, que la laguna fue originada al hundirse una hacienda que justamente quedaba en el sector de Quilotoa por aparición de una vertiente que poco a poco fue tomando grandes proporciones hasta producir el hundimiento de la hacienda y formarse la laguna.

Otro dato curioso, es que según los propios pobladores de la zona existe un animal llamado fucungo, al que no lo han visto, pero aseveran que emite un sonido peculiar que anuncia la muerte de alguna persona; el origen de este suceso se remonta a los mitos y leyendas que narran en este lugar, los mismos que están vinculados con las creencias populares de sus habitantes.³⁶

ARTESANÍA

Zumbahua es de los sectores en los cuales su población campesina han descubierto en las artesanías su vocación y se han dedicado a la elaboración de obras de arte. Sus cuadros muestran las fiestas populares, la vida cotidiana y sus leyendas.

Las pinturas representan las creencias populares de sucesos fundamentales como: la creación, las fiestas y la interpretación de la naturaleza. Tienen una forma especial de representar su relación con la naturaleza: sus ritos en los que ponen toda la energía se mezclan en los sentimientos por la tierra que produce los alimentos.

El arte para ellos ésta enlazado con el destino de la comunidad porque es parte indisoluble de la vida. Existe, más bien una estética de trabajo ligada al acto creativo como una totalidad.

³⁵ Ibíd.

³⁶ Revista Quilotoa. N°1. Latacunga. 1993. p. 18

HISTORIA

Las pinturas sobre una superficie plana son una nueva forma de arte en Zumbahua, pues aunque la gente ha decorado máscaras y tambores para fiestas y festivales, el tipo de pintura que esta muestra de colores vivos típicos de la naturaleza de la zona.

“Julio Toaquiza fue el primer pintor que trabajó sobre una superficie plana y dio a conocer este arte a partir de los años setenta, más tarde fueron otras familias como Cuyo Vega, Vega Ilaquiche, Chugchilán, Quindigalli, entre otros, todos indígenas que trabajaban como huasipungueros o peones.

Con el paso del tiempo las pinturas han experimentado notables cambios, aún así, lo más destacable es que dichas obras artísticas confluyeron a ser lo que hoy son: una representación cabal de la cultura auténticamente aborígen similar, según algunos especialistas, a las que reflejan el arte pictórico de los incas del Tahuantinsuyo.”³⁷

En la actualidad estos pintores han definido sus temáticas: cosecha, mitos, leyendas, matrimonios, bautizos, producción de la tierra, Corpus Cristi, Navidad, leyendas del cóndor y los shamanes.

TEMÁTICA

La temática recoge las tradiciones y mitos del campo, sustentados en un pensamiento renuente a despertarse de sus creencias en lo sobrenatural y en lo cotidiano: sus llamas, ovejas, asnos y un asombroso instinto de la utilización del color.

Los pintores retratan la vida de la comunidad con un fondo de picos, nevados y cielos de azules fríos: escenas de pastores con rebaños de ovejas, cosechas, o celebraciones de bautismos y bodas. Son los temas más populares.

El gigantesco cóndor es representado usualmente volando majestuoso sobre el Cotopaxi; Corpus Cristi, un festival de origen cristiano medieval, santorales, y noche buena, son potros de los temas populares, pinturas de rituales de curación realizados por el shamán de la comunidad y ceremonias religiosas que datan de la época preincaica atestiguan de la importancia de estas tradiciones para los indígenas.

³⁷ Revista “Los pintores de Tigua y Zumbahua”. Quito.2000. pp. 73.76

Cualquiera que sea el tema representado, este arte tiene una perspectiva amplia, generalmente con muchas figuras. Este enfoque sobre eventos comunitarios en vez de la representación de individuos o composiciones abstractas refleja la importancia de la naturaleza y la comunidad para el pueblo.

DE INFORMACIÓN HISTORIA DE OSG (ORGANIZACIÓN DE SEGUNDO GRADO)

AÑO HECHO IMPORTANTE

1966 Conformación de las comunas jurídicas

1962 Conformación de la parroquia

1972 Reinicia la funcionalidad de la parroquia

1980 Implementación del sistema de escuelas bilingües - Equipo Pastoral y Salesiano

1981 Alfabetización bilingüe con promotores de la propia zona

1987 Presencia de varias ONG

1990 Participación en el levantamiento indígena

1992 Primer festival de música, danza indígena y exposición de artesanías - Premio Cóndor Matiz

1997 Proyecto de cantonización de Zumbahua impulsado por la Junta Parroquial

1999 La UNOCIZ firma convenio con Pachacutik para reforzar el pedido de cantonización

Fuente: Estudio Socio Organizativo UNOCIZ PRODEPINE/99

ORGANIZACIÓN POLÍTICA

“La parroquia de Zumbahua ha logrado una gran unidad como pueblo indígena, lo que se manifiesta en la recuperación de sus costumbres, mitos, leyendas e historia. Esto se ha logrado a través de la organización UNOCIZ (Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Zumbahua), esta organización indígena se encarga de los problemas organizativos, políticos, económicos y culturales de la parroquia.

El estrato poblacional del Quilotoa corresponde a grupos de familias indígenas que están conformados en comunidades, allí se elige a cinco representantes para su dirección, quienes aportan con ideas, soluciones, para la comuna, este sistema de organización está reconocido por el Estado y regido por la Ley comunitaria, no siendo de igual manera los mencionados “sectores”, los cuales no tienen validez

jurídica. La Unión de representantes comunitarios forma la Junta Parroquial que abarca todas las comunidades, esta es de tipo legal y se desenvuelve en el ámbito político.”³⁸

2.1.3 INDUSTRIAS EXISTENTES

PRODUCCIÓN AGRÍCOLA

En Zumbahua la principal actividad económica es la agricultura. La cebada es el cultivo de mayor importancia y por ello, es el de mayor área cultivada; en importancia le sigue la papa y el haba en menor intensidad. También se siembra oca, melloco, ajo, arveja, cebolla, quinua, mashua y lenteja, los mismos que sirven de autoabastecimiento o la venta de éstos sirve para comprar otros víveres en el mercado como fuente de rentabilidad.

En la zona no se puede hablar de una tecnología moderna, siguen utilizando la tecnología andina, es así, la minga familiar persiste para todas las cosechas y siembras, luego de sus cosechas el producto que no está dedicado al mercado lo guardan en parvas, las papas las almacenan en la paja cortada con hierbas de un olor bastante fuerte.

PRODUCCIÓN PECUARIA

En cuanto al aspecto ganadero de este sector podemos manifestar que sus pobladores se dedican a la crianza de animales que son útiles para hacer producir la tierra y también otros que sirve para la alimentación, así tenemos: asnos, llamas, cerdos, borregos, chivos, toros bravos y los caballos, los mismos que son utilizados como medios de transporte, y la lana que se obtiene de los borregos es empleada para confeccionar anacos; además estos animales en ocasiones son destinados para la venta.

La población animal es bastante alta en lo referente a los animales menores, especialmente de cuyes y gallinas; en muy poca cantidad lo que se refiere al ganado vacuno. La contextura del suelo y la falta de sistema de riego hacen que este animal sea de poca importancia para la zona.

El sistema pecuario de la zona está siendo manejado de manera rudimentaria frente a la tecnología actual, puesto que la situación geográfica y económica no les permite mejorar el sistema de manejo tecnificado, por ende el cuidado también lo realizan de acuerdo a sus conocimientos prácticos.

³⁸Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Zumbahua: “Proyecto de desarrollo de los Pueblos indígenas y negros del Ecuador PRODEPINE” Pujilí. 2000. p. 1

PRODUCCIÓN ARTESANAL

Esta rama de la actividad productiva tiene una importancia significativa no solo desde el punto de vista económico sino también social y cultural, ya que es una expresión que refleja la cosmovisión, la identidad y las manifestaciones históricas de los pueblos, permite el desarrollo de habilidades, fomenta la creatividad y dinamiza el empleo local y familiar. La producción artesanal está estrechamente ligada a la actividad turística nacional e internacional e incluso es uno de los sectores que ha promovido la inversión extranjera en el país.

Zumbahua por ser una zona eminentemente indígena tiene algunas actividades artesanales, que en realidad no son las que solventan la economía familiar sino que complementan a la misma y además ayuda al fortalecimiento de la identidad cultural.

La actividad artesanal que más se observa en la zona es el tejido de los chales, bufandas, debajeros, etc., esta actividad es realizada por las mujeres jóvenes de cada comunidad.

Otro tipo de artesanía es la que se realiza junto al Quilotoa en el sector de Ponce llamada Pintura Naif, actividad que tiene un proceso de elaboración llamativo ya que Esta se hace sobre cuero de borrego, por hombres y mujeres de la zona. En cuanto a la capacitación alguna vez recibieron alguna para mejorar el terminado, pero no ha sido suficiente puesto que aún faltan los terminados y las figuras. “El precio de estos cuadros dependen del tamaño de sus acabados que van desde los 6 USD hasta los 20 USD o más, los cuadros son expuestos y vendidos en los alrededores de la laguna del Quilotoa a manera de feria, según los pintores este lugar es más rentable que enviar a otros lugares la artesanía. Además los pintores exportan su artesanía a otras ciudades del país como: Cuenca, Otavalo, Quito y Baños, o la envían al extranjero, en tal caso los costos de los cuadros pueden llegar a costar desde 50 USD hasta 350 USD o más”³⁹.

Las mujeres también elaboran tejidos de mullos, como manillas, collares, binchas, anillos que son vendidos a distintas personas o a los artesanos otavaleños. En varias comunidades tienen telares manuales que no están en funcionamiento, en algunos de ellos se elaboran chalinas y anacos que son prendas vendidas en la misma comunidad.

³⁹ Manuel Caizaguano Vega, Presidente de la asociación de artesanos de la zona. Información personal Zumbahua. 2003

Trabajan también en tejidos, en la talla de máscaras rituales y en la cestería utilizando la paja de los páramos en Zumbahua, Tigua- Chimbacucho y otras.

COMERCIO

Los productos obtenidos en la agricultura, ganadería y artesanía son comercializados en la feria que se realiza los días sábados y domingos en la plaza central de Zumbahua, la que se presta para la realización de negocios entre los mismos pobladores y negociantes que vienen de otras ciudades a adquirir y ofrecer sus productos, esta actividad ha sido para esta parroquia parte importante de su desarrollo.

2.1.4 FESTIVIDADES

Las festividades de la Parroquia de Zumbahua son la fecha de parroquialización, carnaval, semana santa, fiesta de difuntos y fin de año.

2.2 INVENTARIO DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Es ideal analizar al Cantón Pujilí debido a que es una de las áreas involucradas en la presente investigación, y éste va a ser realizado con el propósito de obtener conclusiones, que permitirán tener una visualización más amplia del entorno, en el que el trabajo investigativo se plantea.

Como servicios turísticos se puede mencionar el transporte terrestre parroquial y el de camionetas de transporte público.

En lo referente a Hoteles u Hosterías, cabe mencionar que la Parroquia Zumbahua carece de este tipo de infraestructura, lo motiva la presente investigación.

2.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA LOCAL

ESTABLECIMIENTOS Y CAPACIDAD INSTALADA

- Complejo Recreacional Sinchahuasín
- Complejo Recreacional el Aliso

- Hostería el Capulí
- Hostería la Posada de Tigua

HOSPEDAJE

El centro de la parroquia de Zumbahua cuenta con tres sistemas de hospedaje denominados “Hostal”, la mayoría de visitantes que hacen uso de las instalaciones y servicios lo dedican solamente a pernoctar una noche y ocasionalmente hacen uso de uno o dos servicios de comida.⁴⁰

NOMBRE CAPACIDAD

Sunrise Quilotoa 15

Hostal Humberto Latacunga y Petrona Pastuña 20

Cabañas José Iza 15

Refugio de Jorge Latacunga 15

Hostal Cabañas Quilotoa 20

Hostal Chocita Quilotoa 20

Ernesto Jácome 20

Fuente: Registro de Datos de los Establecimientos Turísticos – Municipio de Pujilí

ALIMENTACIÓN

Entre los sitios de expendio de alimentos la zona cuenta con lugares llamados picanterías o salones que no cuentan con la infraestructura necesaria para el adecuado manejo de la actividad turística.

NOMBRE CAPACIDAD

Lilia Pila Candelaño 15

Salón Quilotoa 20

Milton Rubio Caicedo 16

Sergio Pilachanga 8

⁴⁰ Registro Datos de los Establecimientos Turísticos – Municipio de Pujilí. 2001

CAPITULO III

DEMANDA TURISTICA

3.1. DEFINICION DE LA DEMANDA

La demanda turística es el resultado de todas las decisiones de las demandas individuales de los usuarios turísticos

También se puede definir como la cantidad y calidad de productos y servicios que requieren las personas que realizan los viajes. Se supone que la variable más importante que afecta a la demanda es el PRECIO, diciéndose habitualmente que la demanda se comporta de manera decreciente respecto al incremento de éste, básicamente porque:

- Disminuye la capacidad adquisitiva del turista
- Los turistas buscan productos sustitutivos a un determinado precio

Consecuentemente con este planteamiento, el primer elemento de decisión del turista deberá ser el precio y la cantidad de servicios y de productos que se ofrecen.

PROCESO DE INFORMACION

En el proceso de información lo más importante para que el turista pueda tomar una decisión es que cuente con la información adecuada, veras y completa de los productos y servicios que se ofertan y que los mismos llenen las expectativas de los viajeros. Por lo tanto las empresas turísticas deben proveer dicha información en forma clara, de manera que facilite el análisis por parte del turista.

Además, el turista debe analizar todas las opciones posibles, para escoger lo que mejor se adapte a sus necesidades y expectativas

FACTORES DE LA DEMANDA

Son los determinantes que tienen las personas para la realización de los viajes, distinguiendo entre los factores internos o directos y los externos o indirectos.

FACTORES INTERNOS

Son las condiciones propias de cada persona en particular, subjetivos y relativos a ellas.

Determinan la posibilidad o imposibilidad de realización del viaje, independientemente de las características de una zona.

Renta: Es la capacidad económica que tienen las personas para destinar al consumo turístico y satisfacer el precio que tienen en el mundo los productos y servicios turísticos; donde curiosamente los productos y servicios específicamente turísticos carecen de coste económico o su precio es insignificante mientras que el gasto más importante se lo llevan los proveedores de alojamiento restaurantes y diversión.

Con el mismo nivel de renta dos personas diferentes pueden optar por soluciones contrarias.

Tiempo : Es un elemento necesario para la realización turística, ya que se concibe como la actividad que exige un desplazamiento a un lugar de destino, donde se tiene una estancia temporal variable que una vez terminado se vuelve al lugar de residencia del turista . Se dan tres tipos de tiempos

Tiempo laboral: Tiempo que las personas dedican a sus actividades profesionales siendo el principal componente de los viajes de negocios.

Tiempo libre: Tiempo que queda tras la jornada laboral. Viajes vacacionales. Es de libre decisión teniendo en cuenta las relaciones de dependencias sociales y familiares.

Tiempo de ocio: Tiempo que dedicamos a lo que nos gusta después del trabajo y los quehaceres personales.

Excepción: Viajes gastronómicos.

Predisposición: Es la necesidad o deseo de viajar que se plantean las personas cuando en general tienen cubiertas las necesidades primarias (orgánicas y las de seguridad).

La predisposición turística, surge con las necesidades secundarias (psicológicas y sociológicas) que se llevan a cabo una vez cubiertas las primeras. Puede estar también condicionada por la dependencia familiar, del ámbito social y está muy relacionada con el nivel cultural de las personas.

FACTORES EXTERNOS

Son los condicionantes que tienen las zonas, que afectan subjetivamente al turista que actúan como polo de atracción o rechazo para la realización de las actividades turísticas.

Se pueden dividir en:

Grupo de factores de condiciones de zona:

Son aquellas condicionantes que hacen atractiva la zona turística, con carácter coyuntural en la que se distinguen los siguientes factores:

- **Estado de tiempo:** Son las condiciones en un determinado momento, analizando fundamentalmente las condiciones de temperatura y precipitaciones.
- **Distancia cultural:** Se refiere al grado de separación que existe entre la cultura de la zona de origen del turista y la del turismo de destino.
- **Condicionan la interpretación de las condiciones de seguridad de la zona:** Cuanto mayor es la distancia cultural mayor es la resistencia de zona esto hace que la demanda sea menor, porque se crean barreras entre el lugar de origen y destino y a menor distancia cultural menor es la resistencia de zona y mayor demanda.
- **Calidad de los productos y servicios turísticos:** Se define como el grado de probabilidad del resultado de la producción del viaje que se mide habitualmente entre la expectativa que manifiesta el turista y el grado de satisfacción de los productos y servicios turísticos.

La calidad se suele relacionar con la categoría de los establecimientos y a veces con el precio. Pero lo más importante del análisis de la calidad es la que ofrece cada producto independientemente de la categoría del producto es decir cada producto tiene su calidad.

La calidad turística se analiza fundamentalmente por tres razones:

1. La calidad de los elementos de la oferta
2. La calidad que ofrece la zona en la preparación
3. La calidad por las condiciones de convivencia y seguridad

Cuanta menor calidad, mayor resistencia de zona, consecuentemente menor demanda, y cuanto mayor es la calidad, menor resistencia de zona y mayor demanda.

Factores económicos: Son aquellas condiciones de zona que afectan al viaje del turista y que explican en buena medida el planteamiento de que los países desarrollados se comporten como emisores y que los países menos desarrollados se comporten como receptores, porque hay que tener en cuenta el diferencial de renta y precios de los países.

Hay tres factores externos económicos:

- En 1º lugar cuando en un destino turístico aumentan las frecuencias de turistas (aumentando así la oferta), consecuentemente habrá una reducción de precio (ofertas).
- En 2º lugar, también se modifican, cuando aumenta la competencia dando lugar a una lucha por la demanda, por la captación de turistas.
- En 3º lugar, se modifican cuando las compañías ofrecen: Precio De Espacio Global. Es cuando dentro de un espacio determinado, todos los destinos turísticos, se ofrecen al mismo precio independientemente de la distancia. Además de este planteamiento los turistas eligen el medio de transporte por la rapidez o velocidad del desplazamiento y al precio que cada medio tiene.

3.2. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

Demanda es el número de turistas que desean adquirir un producto o servicio.⁴¹

⁴¹ KOTLER, PH. : Dirección de Marketing (8º ed.). Prentice Hall, Pág. 17, Madrid, 2005

DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y LA MUESTRA.

Se define a la población, como “Conjunto de los individuos o cosas sometido a una evaluación estadística mediante muestreo”. Con relación al universo de la demanda, no existe un registro del ingreso de visitante, por ello no se puede acceder a un dato exacto a nivel de Parroquia, sin embargo existe un dato proporcionado por el Ministerio de Turismo de Cotopaxi ubicado en la ciudad de Latacunga, el cual ha registrado 24.925 turistas que salen de la ciudad y visitan a nivel provincial en el año 2012.⁴² Tal como lo muestra el siguiente cuadro, así:

CUADRO No. 1
TURISTAS COTOPAXI

X	Y1		
AÑOS	Población Cotopaxi	PEA Cotopaxi	Turistas Cotopaxi
2000	346.567	138.946	20.842
2001	351.845	141.062	21.159
2002	357.203	143.178	21.477
2003	362.642	145.326	21.799
2004	368.165	147.505	22.126
2005	373.771	149.718	22.458
2006	379.463	151.964	22.795
2007	385.242	154.243	23.136
2008	391.109	156.557	23.484
2009	397.065	158.905	23.836
2010	403.111	161.289	24.193
2011	409.250	163.708	24.556
2012	409.250	166.164	24.925

Fuente: CÁMARA DE TURISMO DE COTOPAXI
Elaboración: Autores

⁴² MINISTERIO DE TURISMO, “Estadísticas Nacionales de Turismo”, Ed. Min. T. Quito, 2012

Se tomarán en cuenta tres grupos básicamente para el cálculo.

- Demanda (Turistas nacionales y extranjeros)
- Agencias de Viajes (Operadores en la ciudad de Quito)
- La Población

Métodos de proyección utilizados

Dentro de la investigación se analizó que no existían datos estadísticos actualizados por tanto se toma a consideración el elaborar un método para proyectar la demanda futura que permita el obtener datos reales. Utilizando una fórmula básica para tener una idea más cercana hacia valores en años posteriores.

En donde se considera:⁴³

$$Y = a + bx$$

$$a = (\text{SUM } Y) / N$$

$$b = (\text{SUM } X * Y) / (\text{SUM } X * X)$$

Y = valor estimado de la variable dependiente para un valor específico de la variable dependiente (X).

a = es el punto de intersección de la línea de regresión con el eje (Y).

b = es la dependiente de la línea de regresión.

x = es el valor específico de la variable dependiente.

A continuación se realiza la proyección de turistas y la población de la localidad, así:

Proyección Turistas.

Se procede a elaborar la proyección hasta el año 2012 para tener un dato más cercano del número de turistas que visitan la Provincia de Cotopaxi.

Se toma en cuenta la fórmula anterior para proyección de demanda pasada y futura.

⁴³ KOTLER, Philip, "MERCADOTECNIA, Fundamentos de Mercadotecnia", Ed. Prentice – Hall Hispanoamérica S.A. Madrid, 2002

CUADRO No. 2
PROYECCIÓN DE TURISTAS

x	Años	Total Población Y	Regresión Lineal	
			x ^2	xy
-4	2.004	22.126	16,00	-88.503,29
-3	2.005	22.458	9,00	-67.373,13
-2	2.006	22.795	4,00	-45.589,15
-1	2.007	23.136	1,00	-23.136,49
0	2.008	23.484	0,00	0,00
1	2.009	23.836	1,00	23.835,79
2	2.010	24.193	4,00	48.386,66
3	2.011	24.556	9,00	73.668,69
4	2.012	24.925	16,00	99.698,30
TOTALES	18072	211.508,08	60,00	20.987,39
MEDIA (X, Y)				
a =	23.500,90			
b =	349,79			

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Autores

Cálculo de demanda futura para considerar el porcentaje promedio de crecimiento establecido en el literal anterior, así como también el promedio de número de turistas.

CUADRO No. 3
CÁLCULO DE LA DEMANDA FUTURA TURISTAS

Total Turistas Cotopaxi	
Años	y estimado
2.013	25.250
2.014	25.600
2.015	25.949
2.016	26.299

2.017	26.649
2.018	26.999
2.019	27.349
2.020	27.698
2.021	28.048
2.022	28.398
2.023	28.748
2.024	29.098

Fuente: Investigación propia
Elaboración: Autores

Luego, para el año 2013 existirá en la provincia de Cotopaxi 25.250 turistas.

Proyección población.

De igual manera se proyecta en función de la fórmula para datos establecidos por la población conforme al último censo poblacional del INEC del 2010, reflejando un valor de 16.448 personas en la Parroquia Zumbahua.

CUADRO No. 4
POBLACIÓN PARROQUIA ZUMBAHUA

X	Y1
<i>AÑOS</i>	Población Parroquia Zumbahua
2000	14.141
2001	14.356
2002	14.575
2003	14.797
2004	15.022
2005	15.251
2006	15.483

2007	15.719
2008	15.958
2009	16.201
2010	16.448
2011	16.733
2012	16.988

Fuente: Investigación propia
Elaboración: Autores

CUADRO No. 5
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN PARROAQUIA ZUMBAHUA

x	Años	Total Población Y	Regresión Lineal	
			x ^2	xy
-4	2.004	15.022	16,00	-60.088,38
-3	2.005	15.251	9,00	-45.752,57
-2	2.006	15.483	4,00	-30.966,21
-1	2.007	15.719	1,00	-15.718,89
0	2.008	15.958	0,00	0,00
1	2.009	16.201	1,00	16.201,28
2	2.010	16.448	4,00	32.896,00
3	2.011	16.733	9,00	50.199,54
4	2.012	16.988	16,00	67.952,00
TOTALES	18072	143.803,66	60,00	14.722,78
MEDIA (X, Y)				
a =	15.978,18			
b =	245,38			

Fuente: Investigación propia
Elaboración: Autores

CUADRO NO. 6

RESULTADOS DE LA PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

Total Parroquia Zumbahua	
Años	y estimado
2.013	15.978
2.014	15.978
2.015	15.978
2.016	15.978
2.017	17.727
2.018	18.077
2.019	18.427
2.020	18.777
2.021	19.126
2.022	19.476
2.023	19.826
2.024	20.176

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Autores.

De igual manera, para la muestra de población se tomará en cuenta el dato proyectado al año 2013 de 15.978 habitantes.

MUESTRA

Para el cálculo de la muestra del primer universo respecto al número de visitantes al sitio, no se cuenta con datos exactos, pero se ha tomado en cuenta los datos del ingreso de visitantes a la Provincia de Cotopaxi, según el Ministerio de Turismo en la ciudad de Latacunga, siendo ésta de 24.925 en el año 2012.

Para determinar el tamaño de la muestra o número de encuestados, se aplica un nivel de confianza de 95% y un margen de error del 5%, reflejado en la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{N * e^2 + Z^2 * (p * q)}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra

Z2: Nivel de confianza 95% (1.96)

N: Universo o población

p: Probabilidad de éxito 50%

q: Probabilidad de fracaso 50%

e: Margen de error 5%

Tamaño de la muestra turistas Provincia Cotopaxi.

$Z^2 * N * (0.5)^2$	N		24.925
n = -----	Z	95%	1,96
$N e^2 + Z^2 * (0.5) * (0.5)$	e	5%	0,05
n = Tamaño de la muestra			
N = Universo de Turistas			
e = Error del.5%.		0,25%	
Z = Se trabajará con un 95% de certeza			
$n = \frac{(1.96)^2 * 24.925 * (0.5)^2}{24.925 * (0.25)^2 + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$	23937,97		
	63,2729		
	N 378	← numero de encuestas	

Luego se tiene que estructurar 378 encuestas a turistas del sector.

Tamaño de la muestra población del Parroquia Zumbahua

$Z^2 * N * (0.5)^2$	N		16.988
$n = \frac{Z^2 * N * (0.5)^2}{e^2 + Z^2 * (0.5)^2}$	Z	95%	1,96
	e	5%	0,05
n = Tamaño de la muestra			
N = Universo de Poblacion			
e = Error del.5%.		0,25%	
Z = Se trabajará con un 95% de certeza			
$n = \frac{(1.96)^2 * 16.988 * (0.5)^2}{0.05^2 + (1.96)^2 * (0.5)^2}$	16315,2752		
	43,4304		
	N 376	← numero de encuestas	

Luego se tiene que estructurar 376 encuestas a pobladores del sector.

Tamaño de la muestra agencias de viajes Distrito Metropolitano de Quito

A continuación se describe que para el cálculo del universo de las Agencias de Viaje, se tomó datos del Ministerio de turismo, sección catastros, obteniendo un valor de 485 Agencias de Viaje a nivel del Distrito Metropolitano de Quito, tal como lo muestra el siguiente cálculos, así:

$Z^2 * N * (0.5)^2$	N		485,00
$n = \frac{Z^2 * N * (0.5)^2}{e^2 + Z^2 * (0.5)^2}$	Z	95%	1,96
	e	5%	0,05
n = Tamaño de la muestra			
N = Universo de Agencias de viajes			
e = Error del.5%.		0,25%	
Z = Se trabajará con un 95% de certeza			
$n = \frac{(1.96)^2 * 511 * (0.5)^2}{0.05^2 + (1.96)^2 * (0.5)^2}$	465,794		
	2,1729		
	N 214	← numero de encuestas	

Luego se tiene que estructurar 214 encuestas a las Agencias de Viajes.

OFERTA TOTAL

A continuación se presenta la oferta de servicios turísticos, es decir el hospedaje que puede brindar la Parroquia Zumbahua, así:

CUADRO NO. 7
OFERTA CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO
PARROQUIA ZUMBAHUA

X	Y1	Y1	Y1
<i>AÑOS</i>	Alojamiento / semana	Alojamiento / mes	Alojamiento / año
Sunrise Quilotoa	15	60	720
Hostal Humberto Latacunga y Petrona Pastuña	20	80	960
Cabañas José Iza	15	60	720
Refugio de Jorge Latacunga	15	60	720
Hostal Cabañas Quilotoa	20	80	960
Hostal Chocita Quilotoa	20	80	960
Ernesto Jácome	21	84	1008
TOTAL ALOJAMIENTO			6.048

Fuente: Ministerio de Turismo.

Elaboración: Autores.

De lo cual se puede concluir que, a partir de la dolarización se ha incrementado la oferta de servicios de alojamiento en la Parroquia Zumbahua.

CUADRO NO. 8
OFERTA CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO
PARROQUIA ZUMBAHUA

X	Y1
<i>AÑOS</i>	Alojamiento Parroquia Zumbahua
	(Plazas)
2000	5.361
2001	5.415
2002	5.470

2003	5.525
2004	5.581
2005	5.637
2006	5.694
2007	5.752
2008	5.810
2009	5.868
2010	5.928
2011	5.988
2012	6.048

Fuente: Investigación Propia.
Elaboración: Autores

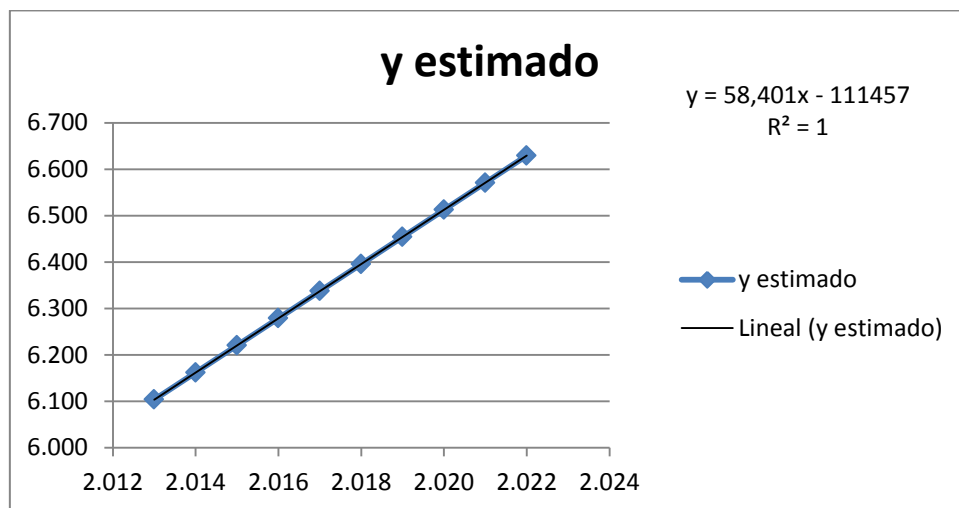
CUADRO NO. 9
PROYECCIÓN DE LA CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO DE LA PARROQUIA
ZUMBAHUA

x	Años	Total Población Y	Regresión Lineal	
			x ^2	xy
-4	2.004	5.581	16,00	-22.323,04
-3	2.005	5.637	9,00	-16.911,39
-2	2.006	5.694	4,00	-11.388,14
-1	2.007	5.752	1,00	-5.751,59
0	2.008	5.810	0,00	0,00
1	2.009	5.868	1,00	5.868,37
2	2.010	5.928	4,00	11.855,29
3	2.011	5.988	9,00	17.962,56
4	2.012	6.048	16,00	24.192,00
TOTALES	18072	52.304,77	60,00	3.504,05
MEDIA (X, Y)				
a =	5.811,64			
b =	58,40			

Años	y estimado
2.013	6.104
2.014	6.162
2.015	6.220
2.016	6.279
2.017	6.337
2.018	6.396
2.019	6.454
2.020	6.512
2.021	6.571
2.022	6.629
2.023	6.688
2.024	6.746

Lo que significa, que por medio de la regresión de mínimos cuadrados se presenta una oferta de 6.104plazas para el año 2013, con tendencia creciente; como se refleja en el siguiente gráfico:

GRÁFICO No. 6
PROYECCIÓN DE LA CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO DE LA PARROQUIA
ZUMBAHUA



Fuente: Investigación propia
 Elaboración: Autores

Aquí también se obtiene 1 como resultado del cálculo del coeficiente de determinación R^2 lo que significa que la variable independiente años, explica todas las variaciones en la oferta (variable dependiente); esto valida las proyecciones efectuadas.

DEMANDA INSATISFECHA

A continuación se presentan los datos que se obtuvieron en las proyecciones de la oferta y demanda para determinar la existencia o no de demanda insatisfecha respecto a los servicios turísticos de alojamiento del presente proyecto, así:

CUADRO NO. 10
DEMANDA INSATISFECHA DE CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO
DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2.013	25.250	6.104	19.146
2.014	25.600	6.162	19.438
2.015	25.949	6.220	19.729
2.016	26.299	6.279	20.020
2.017	26.649	6.337	20.312
2.018	26.999	6.396	20.603
2.019	27.349	6.454	20.895
2.020	27.698	6.512	21.186
2.021	28.048	6.571	21.477
2.022	28.398	6.629	21.769
2.023	28.748	6.688	22.060
2.024	29.098	6.746	22.351

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Autores

A partir del año 2013 existe una demanda insatisfecha positiva, lo que demuestra que el presente proyecto es viable, por lo que es factible ingresar a ofertar el servicio turístico con las condiciones de precio, calidad y transporte.

LA ENCUESTA.

La encuesta es uno de los métodos más utilizados que sirve para determinar la oferta y demanda de un producto o servicio a través de la elaboración de preguntas consultadas a cierto número de personas, establecidas según datos estadísticos y cálculos matemáticos, para satisfacer de mejor manera las necesidades del mercado, la técnica que se utilizó fue:

La encuesta personal: es la más usada ya que consiste en una entrevista entre el encuestador y la persona encuestada. Entre las principales ventajas que se obtuvo al aplicar las encuestas radica en que se pudo disipar las dudas y aclarar las respuestas en el momento en que se realizaba, poco a poco se pudo segmentar los datos de las personas encuestadas y por último la encuesta quedó claramente definida. Mientras que por otro lado están las desventajas de que es muy larga la sistematización de información y su duración.

A continuación se analizará los resultados obtenidos a través de las encuestas dirigidas a Turistas Nacionales, Población, y finalmente Agencias de Viajes, sobre la base de un cuestionario perfectamente estructurado.

Encuestas de Turismo

El tamaño de la muestra que se toma para lo que respecta a turistas nacionales, especialmente de la provincia de Cotopaxi, es decir a 378 turistas, comprendidos en:

TURISTAS NACIONALES

ENCUESTAS TURISTAS NACIONALES

GÉNERO

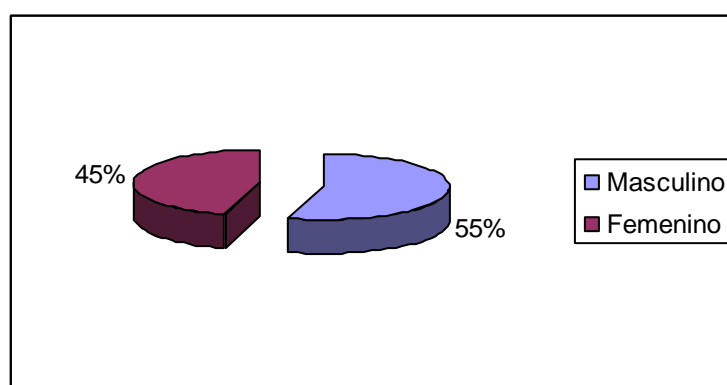
A continuación describe la encuesta realizada a los turistas.

1. Género

TABLA DE TABULACIÓN

Masculino	206	55%
Femenino	172	45%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO No. 7
GÉNERO



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autores

El 45% de las personas encuestadas resultaron ser mujeres, mientras que el 55% fueron hombres.

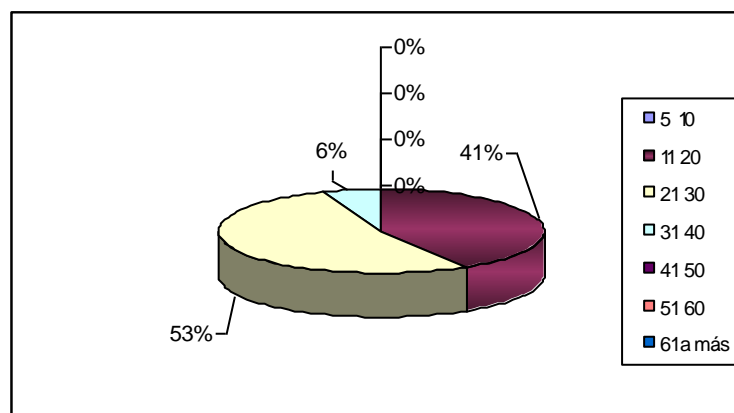
Edad.

TABLA DE TABULACIÓN

5 10	0	0
11 20	156	41%
21 30	200	53%
31 40	22	6%
41 50	0	0%
51 60	0	0%
61 a más	0	0%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO No. 8

EDAD.



Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Autores

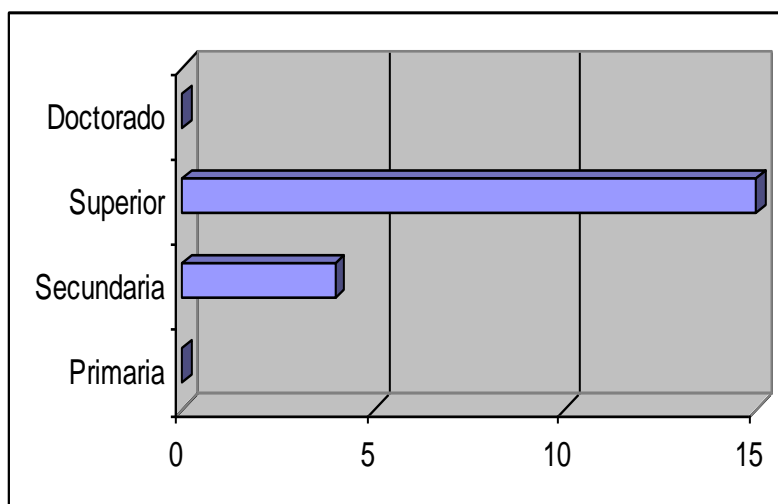
Se puede observar que el target del presente proyecto oscila entre las edades que van entre 11 a 30 años de edad, correspondiendo un valor de 94 % del total de los encuestados.

EDUCACIÓN.

TABLA DE TABULACIÓN

Primaria	0	0%
Secundaria	80	21%
Superior	298	79%
Doctorado	0	0%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO No.9
EDUCACIÓN.



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autores

Cabe indicar que el 21% de los encuestados tiene instrucción secundaria, mientras que el 79% tiene instrucción superior y no existe instrucción de postgrado

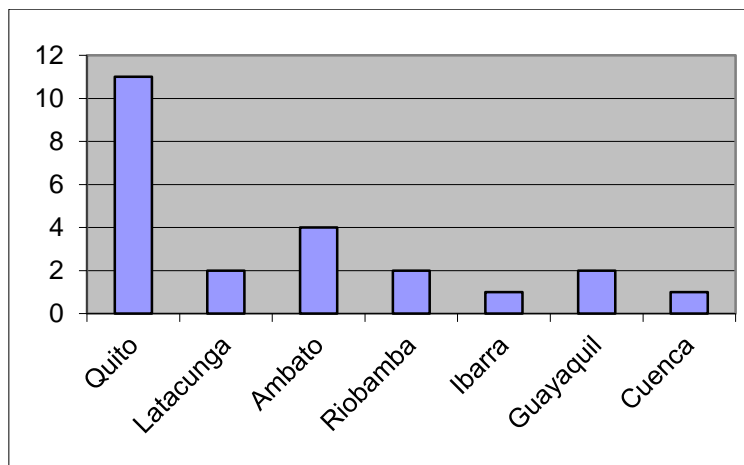
PROCEDENCIA

TABLA DE TABULACIÓN

Ciudad		
Quito	181	48%
Latacunga	33	9%
Ambato	66	17%
Riobamba	33	9%
Ibarra	16	4%
Guayaquil	33	9%
Cuenca	16	4%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO No. 10

PROCEDENCIA CIUDADES



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autores

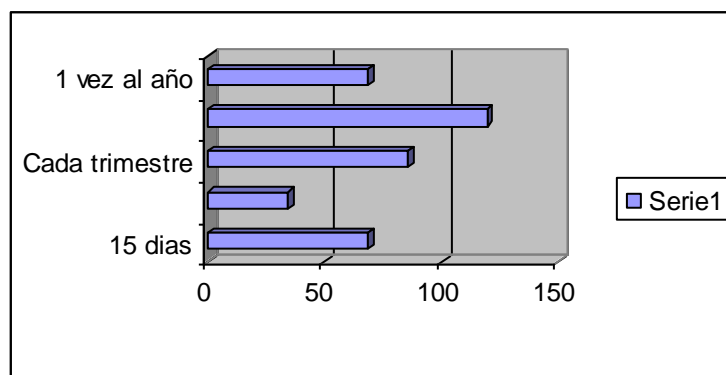
El 48 % de los encuestados procede de la ciudad de Quito, seguidas de Ambato con el 17% , Riobamba, Ibarra y Guayaquil tiene el mismo valor porcentual es decir 9%, lo mismo sucede con Ibarra y Cuenca, 4%

1. ¿Con qué frecuencia sale usted de su lugar de residencia?

TABLA DE TABULACIÓN

15 días	69	18%
Cada mes	34	9%
Cada trimestre	86	23%
2 veces al año	120	32%
1 vez al año	69	18%
TOTAL	378	100%

GRAFICO No. 11
FRECUENCIA SALE USTED DE SU LUGAR DE RESIDENCIA



Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Autores

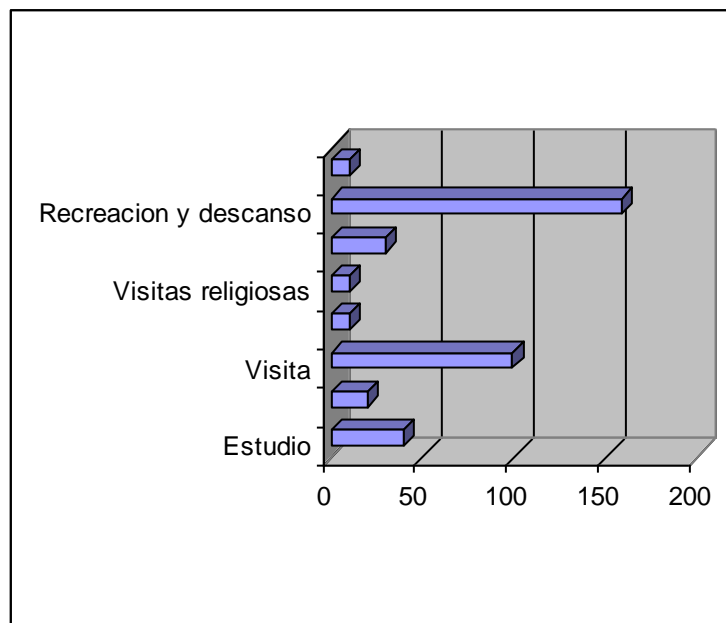
El 32% de los turistas encuestados salen de vacaciones dos veces al año, seguidos del 23% que los hace cada trimestre, muy pocos salen de vacaciones cada 15 días o una vez al año, es decir el 18% respectivamente.

2. ¿Cuáles son los motivos de su salida?

TABLA DE TABULACIÓN

Estudio	40	11%
Salud	20	5%
Visita amigos y familiares	100	26%
Negocios	10	3%
Visitas religiosas	10	3%
Fiestas populares	30	8%
Recreación y descanso	158	42%
Otros	10	3%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO No. 12
MOTIVOS DE SU SALIDA



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autor

El 3% de los encuestados respondieron que el motivo de su salida fue por negocios y/o trabajo, igual resultado lo obtuvo cuyo motivo era por visitas religiosas.

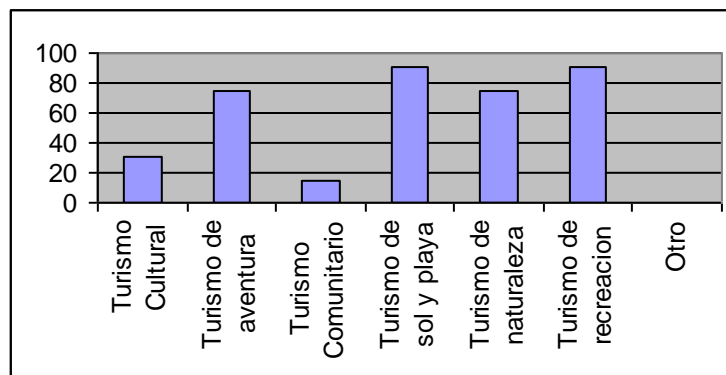
El 26% salen de viaje para visita a familiares y amigos; apenas el 8% lo hace por fiestas populares.

3. ¿Qué tipo de turismo prefiere usted realizar?

TABLA DE TABULACIÓN

Turismo Cultural	28	8%
Turismo de aventura	95	25%
Turismo Comunitario	15	4%
Turismo de sol y playa	87	23%
Turismo de naturaleza	73	19%
Turismo de recreación	80	21%
Otro	0	0%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO No. 13
TIPO DE TURISMO PREFIERE USTED REALIZAR



Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Autores

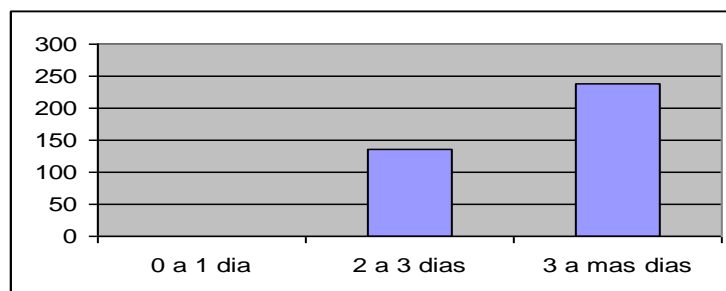
El 25% de los turistas encuestados lo hace por turismo de aventura, seguido del 23% que lo realiza por sol y playa, al 21% que les gusta el turismo de recreación, y apenas el 8% realiza turismo cultural.

4. ¿Cuándo usted viaja generalmente, cuál es su permanencia promedio?

TABLA DE TABULACIÓN

0 a 1 día	0	0%
2 a 3 días	138	36%
3 a más días	240	64%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO No. 14
PERMANENCIA PROMEDIO DE ESTADIA



Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Autores

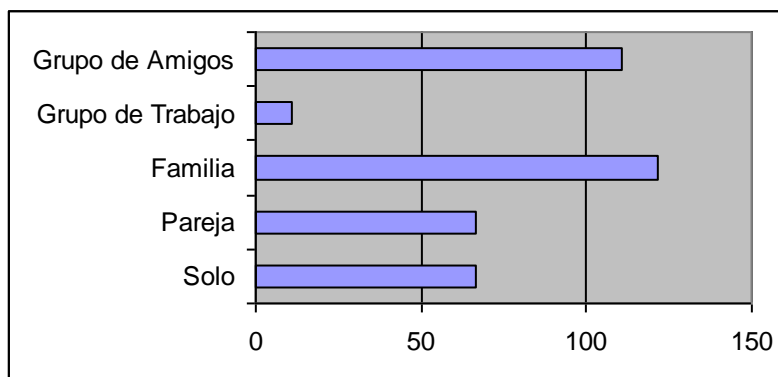
El 64% de los encuestados salen de vacaciones por 3 días o más. El 36% salen de 2 a 3 días. Nadie sale por un día de vacaciones.

5. Sus viajes los realiza?

TABLA DE TABULACIÓN

Solo	67	18%
Pareja	67	18%
Familia	122	32%
Grupo de Trabajo	11	3%
Grupo de Amigos	111	29%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO No. 15
SUS VIAJES LOS REALIZA



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autores

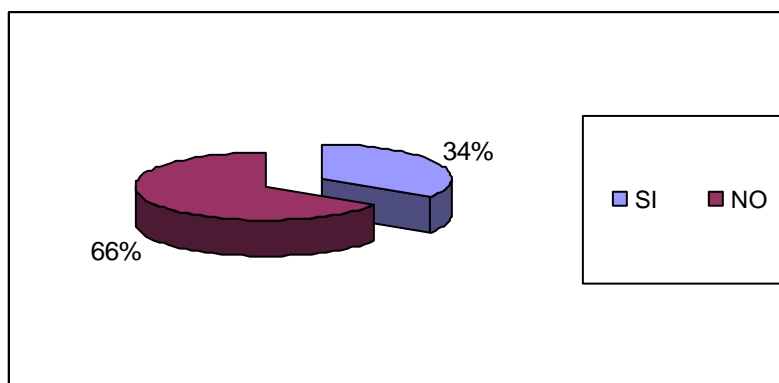
El 32% sale de vacaciones en familia, seguidos del 29 % que lo realiza con amigos, solos y en pareja tienen igual valor porcentual, es decir el 18%

6. ¿Conoce usted la Parroquia Zumbahua, o ha escuchado sobre ésta?

TABLA DE TABULACIÓN

SI	130	34%
NO	248	66%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO No. 16
CONOCE USTED LA PARROQUIA ZUMBAHUA



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autores

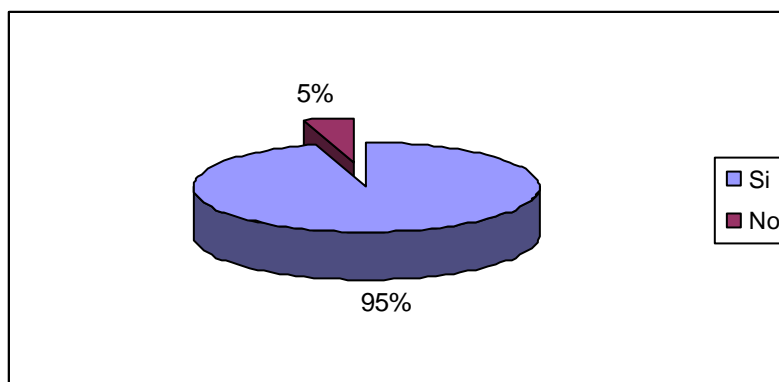
El 66% de los turistas encuestados no conoce la Parroquia Zumbahua, mientras que el 34 % si ha escuchado o conoce dicha parroquia.

7. ¿Le interesaría un paquete turístico diferente, como el rural?

TABLA DE TABULACIÓN

Si	360	95%
No	18	5%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO No. 17
INTERÉS EN PAQUETE TURÍSTICO



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autores

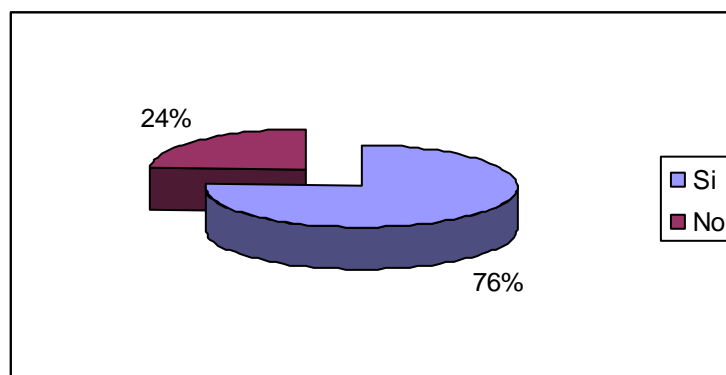
Existe una gran aceptación de los turistas para conocer dicha parroquia.

- 8. Le interesaría una paquete turístico dirigido en un Complejo Turístico que exista en la Parroquia de Zumbahua, Parroquia Zumbahua, Provincia de Cotopaxi?**

TABLA DE TABULACIÓN

Si	288	76%
No	90	24%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO No. 18
INTERÉS DE PAQUETE TURÍSTICO EN ZUMBAHUA



Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Autores

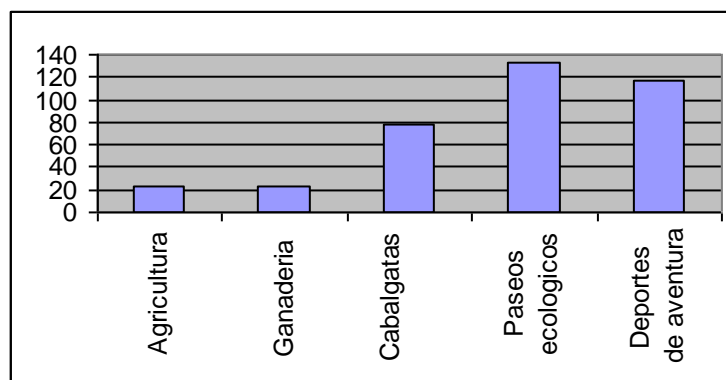
Al 76% de los encuestados está de acuerdo con obtener un paquete turístico en la Parroquia de Zumbahua.

9. Le gustaría participar en actividades como:

TABLA DE TABULACIÓN

Agricultura	24	6%
Ganadería	24	6%
Cabalgatas	78	21%
Paseos ecológicos	134	35%
Deportes de aventura	118	31%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO No. 19
INTERÉS EN PARTICIPACIÓN EN DIFERENTES ACTIVIDADES



Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Autores

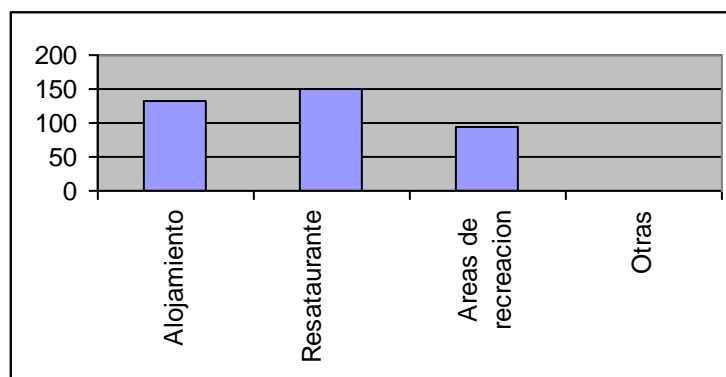
Al 35% de los turistas les gusta realizar paseos ecológicos, al 31 % les interesaría turismo de aventura, al resto les gustaría participar en cabalgatas y ganadería, con valores residuales del 21% y 6% respectivamente.

10. ¿Qué tipo de servicios le gustaría adquirir dentro de una Hostería turística en el medio rural?

TABLA DE TABULACIÓN

Alojamiento	133	35%
Restaurante	150	40%
Áreas de recreación	95	25%
Otras	0	0%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO No. 20
TIPO DE SERVICIOS LE GUSTARÍA ADQUIRIR



Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Autores

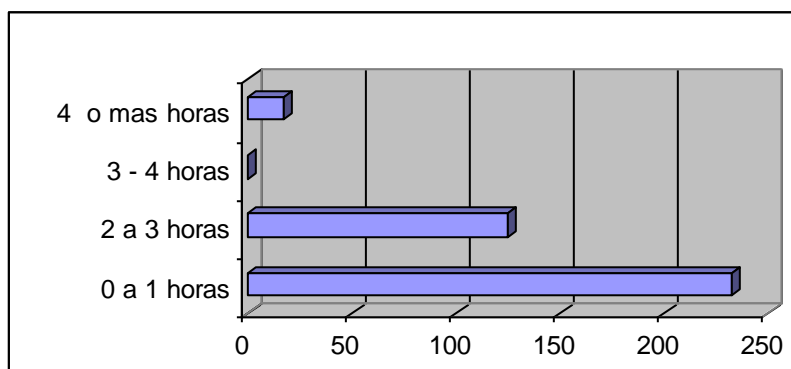
A los turistas les gustaría participar en servicio de restaurante, áreas de recreación a alojamiento, con valores porcentuales de 40%, 35% y 25% respectivamente.

11. Cuántas horas le gustaría que duren los recorridos?

TABLA DE TABULACIÓN

0 a 1 horas	234	62%
2 a 3 horas	126	33%
3 - 4 horas	0	0%
4 o más horas	18	5%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO No. 21
TIEMPO DE DURACIÓN DE LOS RECORRIDOS



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autores

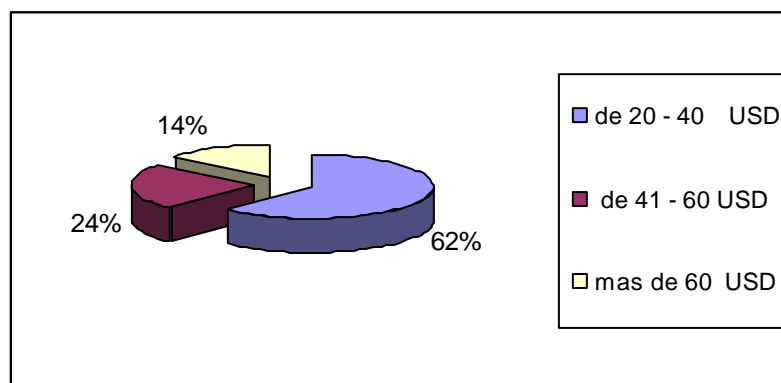
Al 62% de los encuestados les gustaría tomar menos de una hora de recorrido, al 33% entre 2 a 3 horas y apenas al 5% más de 4 horas.

12. Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio ofertado diariamente

TABLA DE TABULACIÓN

de 20 - 40 USD	234	62%
de 41 - 60 USD	90	24%
más de 61 USD	54	14%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO No. 22
PRECIO DEL SERVICIO OFERTADO



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autores

Al 62% de los turistas les gustaría pagar entre 20 y 40 dólares, al 24% les gustaría pagar entre 41 a 60 dólares y apenas al 14% más de 61 dólares respectivamente.

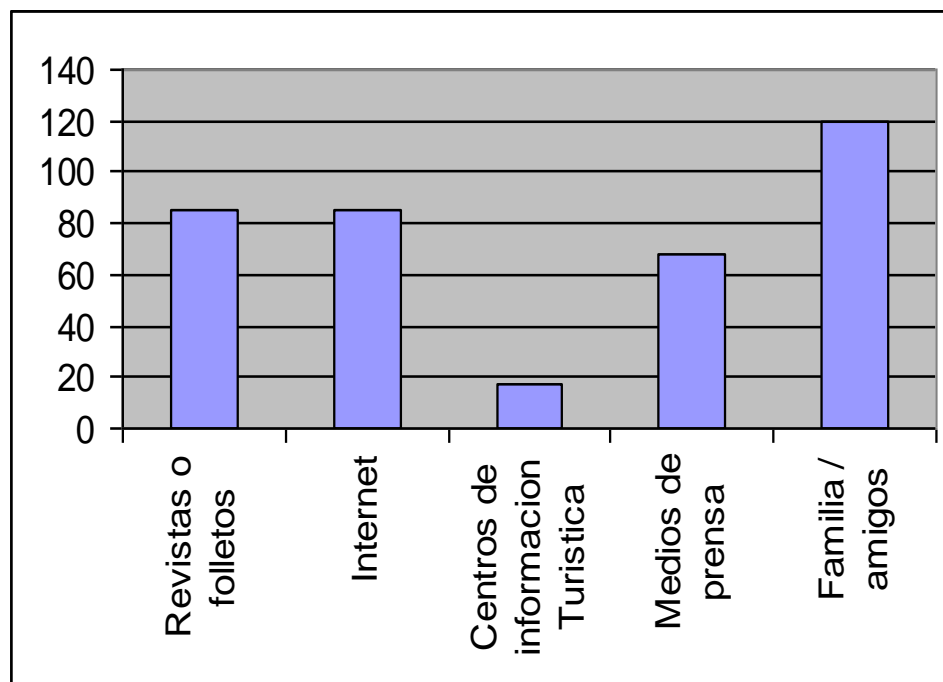
13. ¿Por qué medios usted se informó de los sitios a los que usualmente viaja?

TABLA DE TABULACIÓN

Revistas o folletos	86	23%
Internet	86	23%
Centros de información Turística	17	5%
Medios de prensa	69	18%
Familia / amigos	120	32%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO No. 23

USTED SE INFORMÓ DE LOS SITIOS A LOS QUE USUALMENTE VIAJA



Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Autores

El 32% de los turistas se informaron por medio de Familia / Amigos, el 23% lo hicieron por medio de prensa e Internet.

El 23% lo hizo por medio de revistas o folletos turísticos.

A continuación se describe la muestra para los habitantes de la Parroquia Zumbahua.

ENCUESTAS POBLACION PARROQUIA ZUMBAHUA

- El objetivo principal de esta encuesta será, determinar el grado de aceptabilidad de la creación del complejo turístico en la Parroquia Zumbahua.

GÉNERO

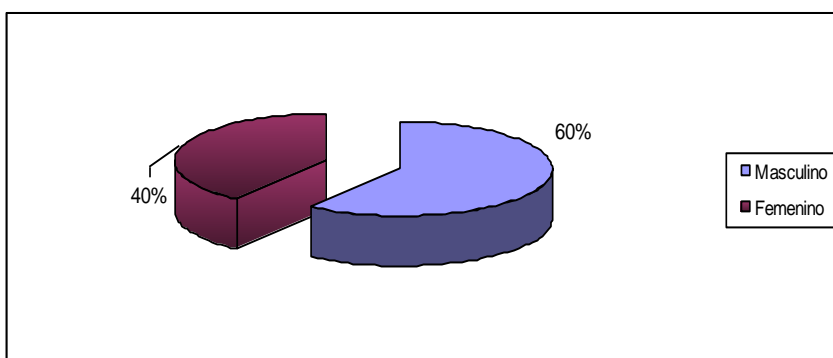
A continuaciones describe la encuesta realizada a los turistas.

1. Género

TABLA DE TABULACIÓN

Masculino	226	60,00%
Femenino	150	40,00%
TOTAL	376	100,00%

GRÁFICO No. 24
GÉNERO



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autores

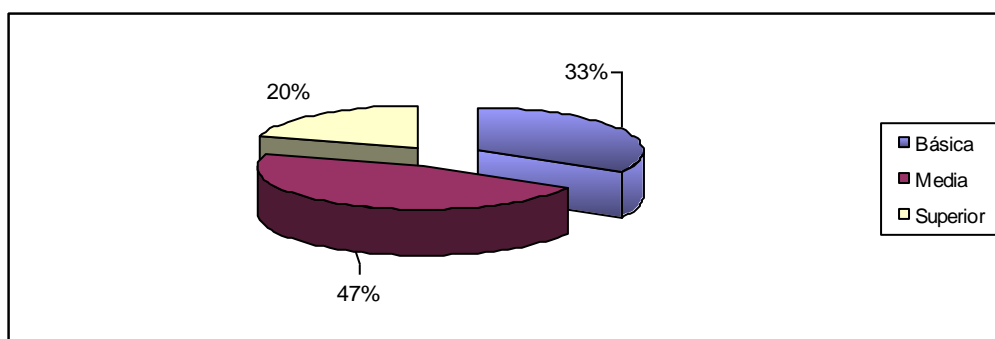
El 40% de las personas encuestadas resultaron ser mujeres, mientras que el 60% fueron hombres.

EDUCACIÓN.

TABLA DE TABULACIÓN

Básica	125	33,33%
Media	175	46,67%
Superior	76	20,00%
	376	100,00%

GRÁFICO No. 25
EDUCACIÓN.



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autores

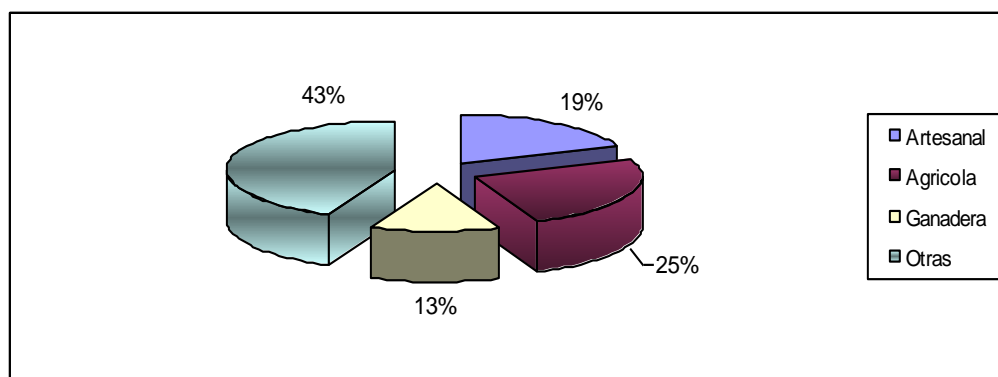
Cabe indicar que el 46% de los encuestados tiene instrucción secundaria, mientras que el 20% tiene instrucción superior y apenas el 33% tiene instrucción primaria.

1. ¿Qué tipo de actividad realiza?

TABLA DE TABULACIÓN

Artesanal	71	19%
Agrícola	93	25%
Ganadera	48	13%
Otras	164	44%
TOTAL	376	100%

GRÁFICO No. 26
TIPO DE ACTIVIDAD REALIZA



Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Autores

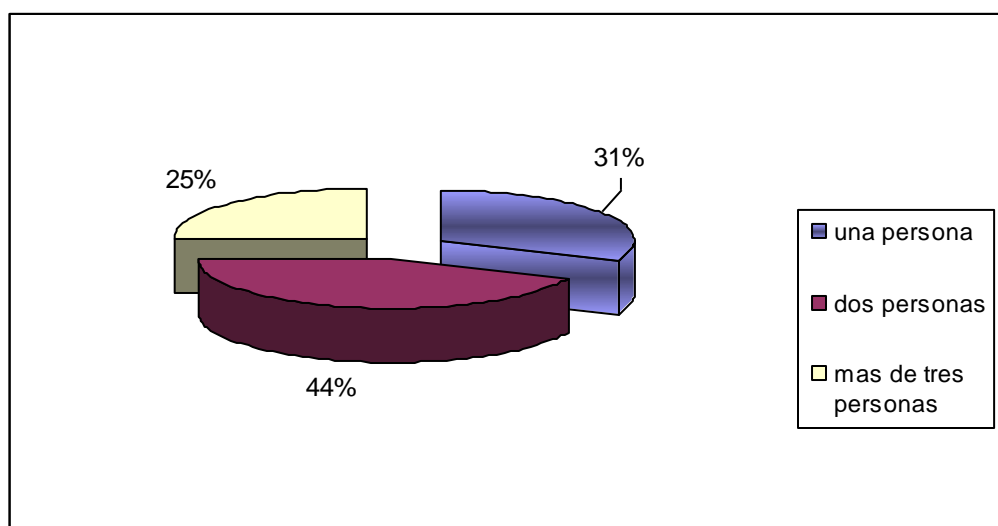
El 25% de la población de la Parroquia se dedica especialmente a la agricultura, seguidos de otras actividades, en especial de la artesanal con un valor del 19%

2. ¿Cuántos miembros de su familia aportan al presupuesto familiar?

TABLA DE TABULACIÓN

una persona	118	31%
dos personas	164	44%
más de tres personas	94	25%
TOTAL	376	100%

GRÁFICO No. 27
MIEMBROS DE SU FAMILIA APORTAN
AL PRESUPUESTO FAMILIAR



Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Autores

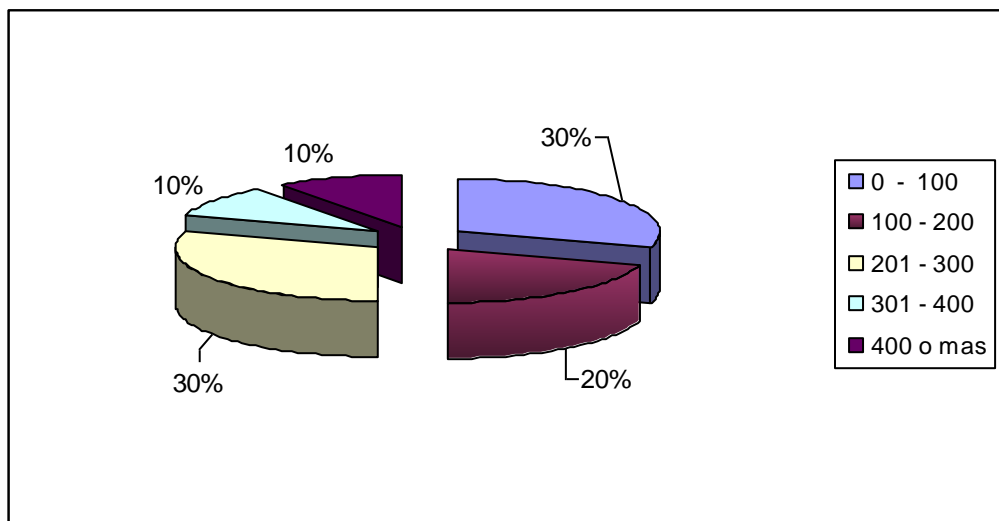
El 44% de los encuestados aportan con 2 personas al presupuesto familiar, el 31% lo hace una persona y el 25% lo realiza más de 3 personas.

3. ¿Cuál es el ingreso promedio mensual en su hogar?

TABLA DE TABULACIÓN

0 - 100	113	30%
100 - 200	74	20%
201 - 300	113	30%
301 - 400	38	10%
400 o mas	38	10%
TOTAL	376	100%

GRÁFICO No. 28
INGRESO PROMEDIO MENSUAL EN SU HOGAR



Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Autores

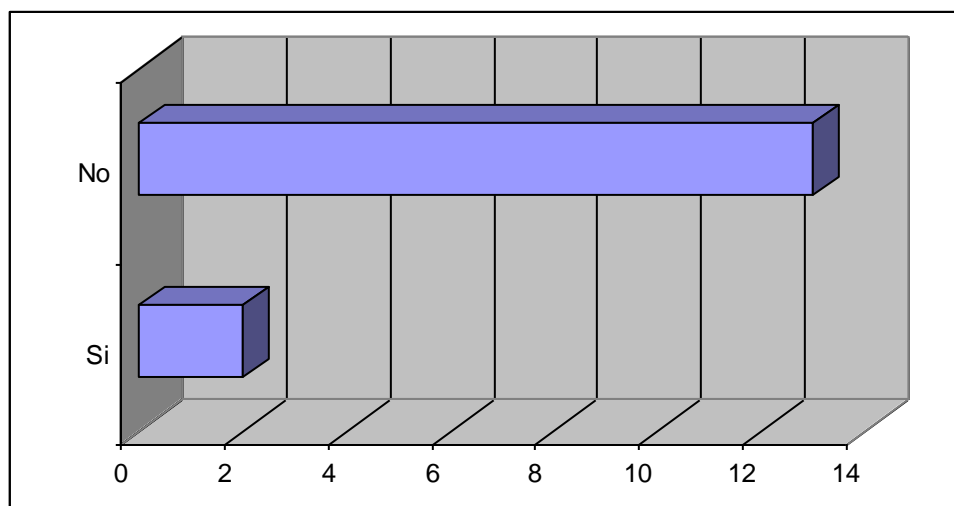
El 30% de los pobladores obtienen ingresos entre 50 a 100, igual valor porcentual los que obtienen ingresos entre 201 y 300 dólares.

4. ¿Considera usted que existen proyectos turísticos en la Parroquia Zumbahua?

TABLA DE TABULACIÓN

Si	234	63%
No	142	38%
TOTAL	376	100%

GRÁFICO No. 29
EXISTEN PROYECTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA ZUMBAHUA



Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Autores

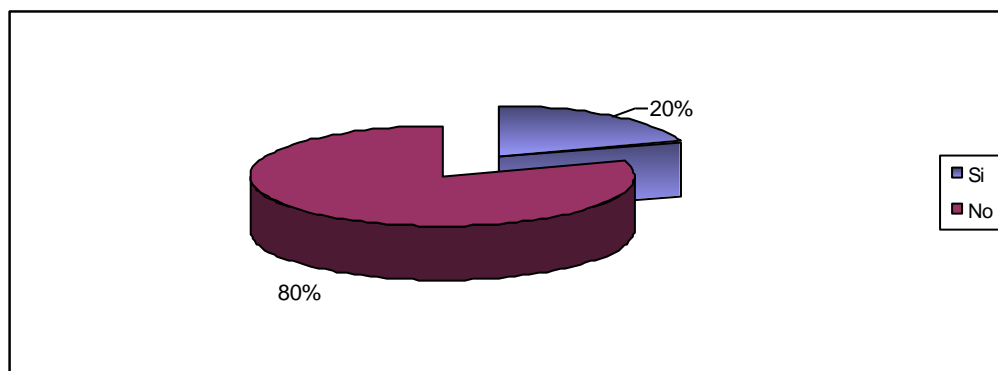
El 38 % de la población considera que no existe proyectos turísticos, mientras que el 63% que si existen proyectos turísticos

5. ¿Existe organización en base a proyectos turísticos en la Parroquia?

TABLA DE TABULACIÓN

Si	77	20%
No	299	80%
TOTAL	376	100%

GRÁFICO No. 30
ORGANIZACIÓN EN BASE A PROYECTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA
ZUMBAHUA



Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Autores

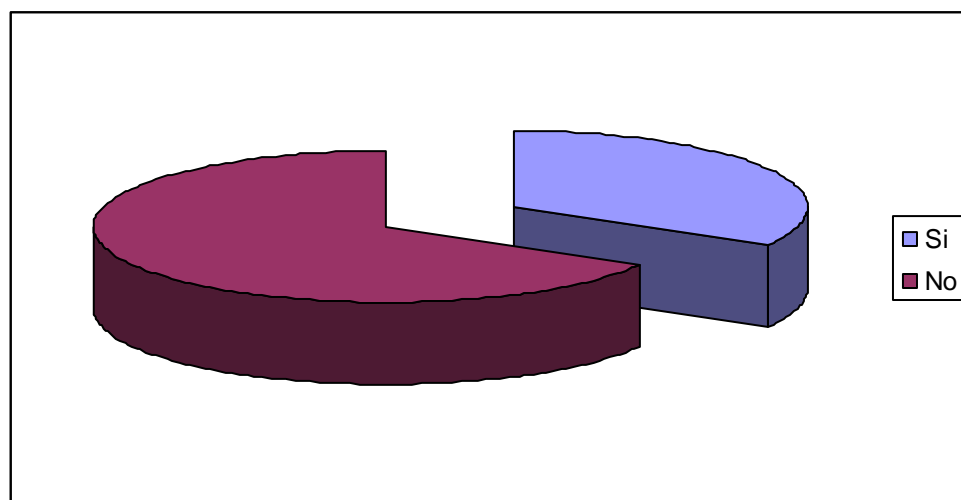
El 80% de la población respondió que no existe organización en los proyectos turísticos

6. Conoce usted algún tipo de aporte privado, estatal o de gobierno seccional para la Parroquia Zumbahua?

TABLA DE TABULACIÓN

Si	88	24%
Capacitación	45	12%
Motivación	45	12%
Otros	22	6%
No	176	47%
TOTAL	376	100%

GRÁFICO No. 31
TIPO DE APOORTE



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autores

El 24% de la población si conoce del aporte del gobierno para este tipo de proyectos, que se lo invierte en capacitación y motivación.

El 47% de la población no conoce del aporte del gobierno a este tipo de proyectos.

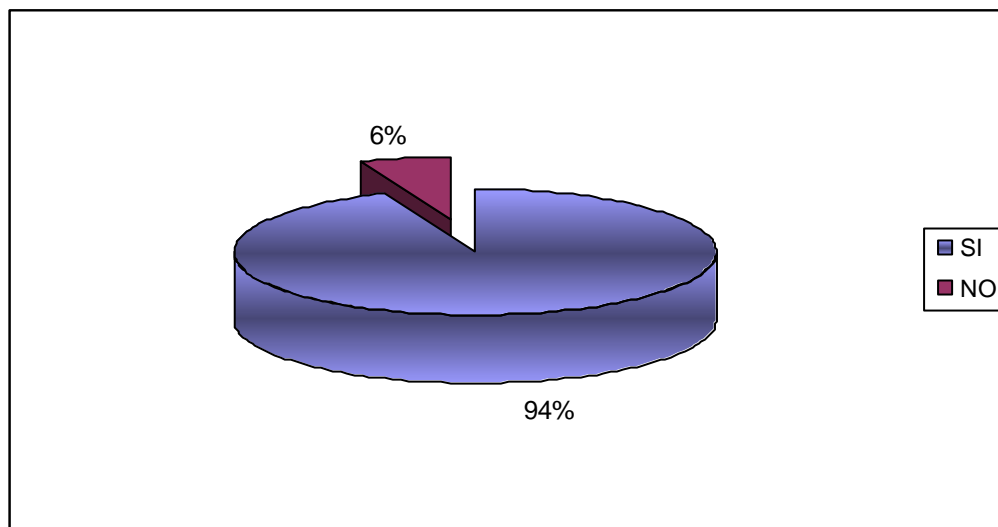
7. ¿Considera a la actividad turística como una alternativa de desarrollo?

TABLA DE TABULACIÓN

SI	352	94%
NO	24	6%
TOTAL	376	100%

GRÁFICO No. 32

ACTIVIDAD TURÍSTICA COMO UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autores

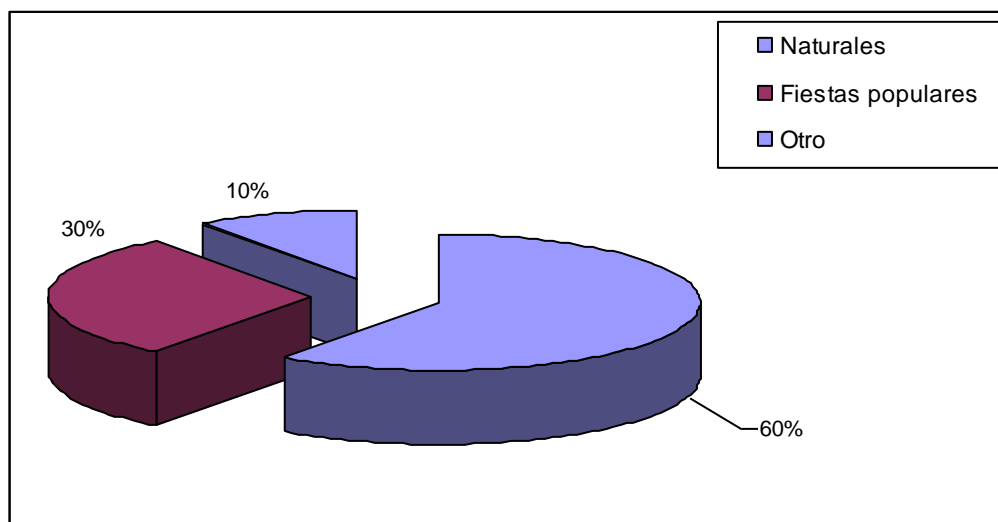
El 94% de la población considera que la actividad turística como una alternativa para el desarrollo de la Parroquia Zumbahua.

8. ¿Qué atractivos turísticos conoce usted en la Parroquia Zumbahua?

TABLA DE TABULACIÓN

Naturales	227	60%
Fiestas populares	113	30%
Otro	36	10%
TOTAL	376	100%

GRÁFICO No. 33
ATRATIVOS TURÍSTICOS CONOCE USTED EN LA PARROQUIA ZUMBAHUA



Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Autores

El 60 % de los pobladores conoce los atractivos naturales, como son: Volcán Quilotoa, Reserva Ecológica de los Illinizas, laguna del Quilotoa y el Cañón Zumbahua. Mientras que el 30% conoce las Fiestas populares.

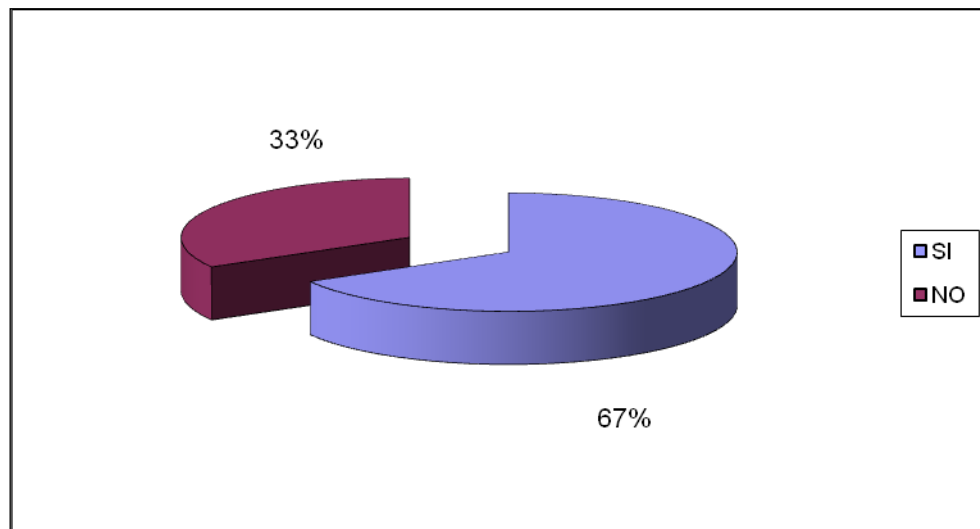
9. ¿Según su opinión ¿Hay otros destinos potenciales turísticos en la Parroquia Zumbahua

TABLA DE TABULACIÓN

SI	251	67%
NO	125	33%
TOTAL	376	100%

GRÁFICO No. 34

OTROS DESTINOS POTENCIALES TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA ZUMBAHUA



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autores

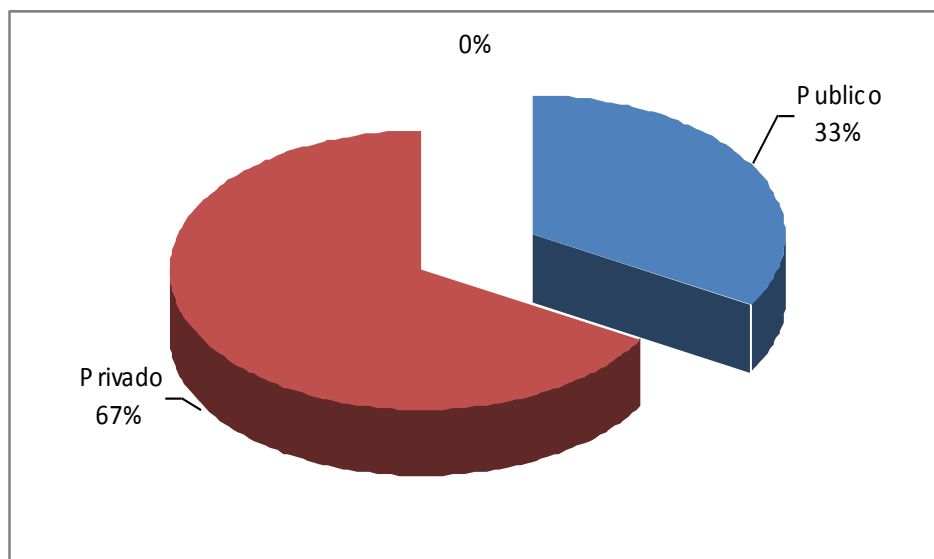
El 67 % de la población opinan que existen más atractivos turísticos a ser difundidos en futuros paquetes turísticos.

10. ¿El manejo de los destinos turísticos existentes, de que tipo son?

TABLA DE TABULACIÓN

Publico	125	33%
Privado	251	67%
TOTAL	376	100%

GRÁFICO No. 35
MANEJO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS



Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Autores

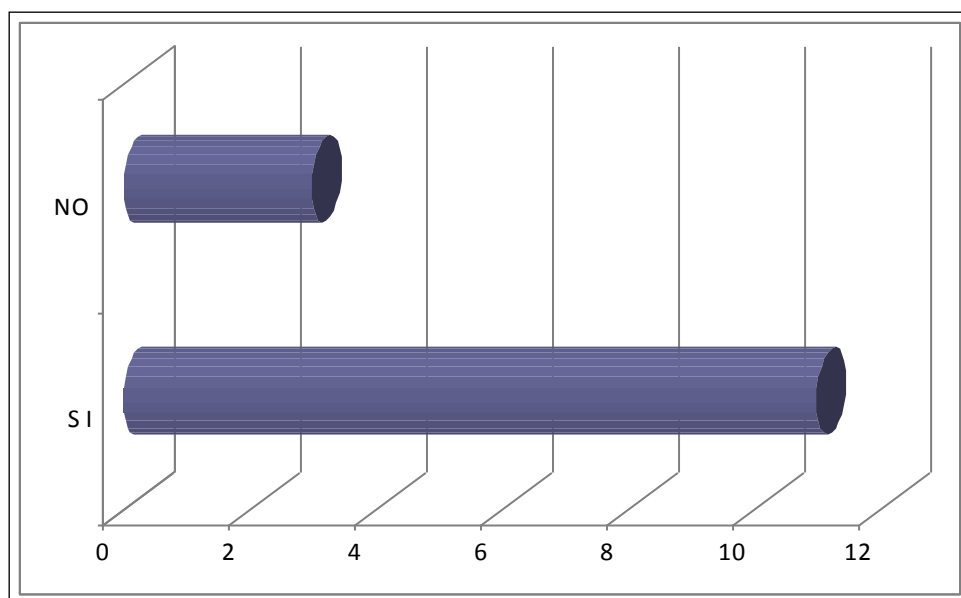
El 67% considera que los destinos turísticos son de propiedad privada, mientras que el 33% es de orden público.

11. ¿Le gustaría participar en alguna actividad turística alterna a la que usted se dedica actualmente?

TABLA DE TABULACIÓN

SI	296	79%
NO	80	21%
TOTAL	376	100%

GRÁFICO No. 36
PARTICIPACIÓN EN PAQUETES TURÍSTICOS, QUE SE DEDICA
ACTUALMENTE



Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Autores

Al 79% de los pobladores les gustaría participar en alguna actividad turística, esto indica lo positivo del presente proyecto, de contar con mano de obra local, especialmente en guías turísticos.

A continuación se describe la muestra para las Agencias de Viajes del Distrito Metropolitano de Quito.

AGENCIAS DE VIAJES.

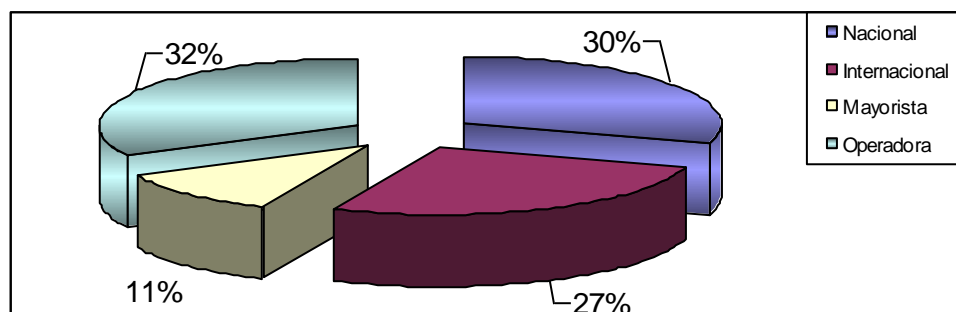
ENCUESTAS AGENCIAS DE VIAJES

1. ¿Qué tipo de agencia de viajes es?

TABLA DE TABULACIÓN

Nacional	64	30%
Internacional	58	27%
Mayorista	23	11%
Operadora	69	32%
TOTAL	214	100%

GRÁFICO No. 37
QUÉ TIPO DE AGENCIA DE VIAJES ES



Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Autores

De la muestra tomada de las Agencias de Viajes ubicadas en la ciudad de Quito, que fueron de 214 se procesan los siguientes datos. El 30% de las Agencias de Viajes son de tipo dual, mientras que el 27% son internacionales, apenas el 32% son operadoras de turismo y el 11% son mayoristas. Estos resultados manifiestan que la mayoría de Agencias de Viajes se manejan tanto con el mercado nacional como el extranjero.

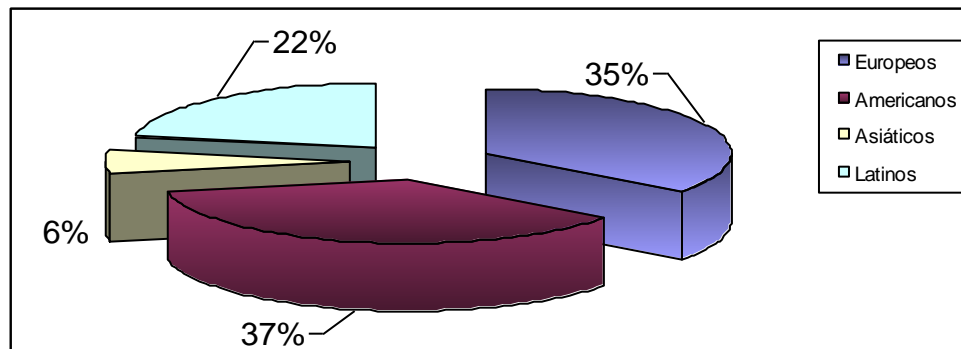
2. La mayoría de los turistas con los que operan son:

TABLA DE TABULACIÓN

Europeos	75	35%
Americanos	78	36%
Asiáticos	13	6%
Latinos	48	22%
TOTAL	214	100%

GRÁFICO No. 38

LA MAYORÍA DE LOS TURISTAS CON LOS QUE OPERAN SON



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autores

El 36% de los turistas con que operan las Agencias de Viajes son de origen americano, el 35% son de origen europeo, el 22% son latinos y el 6% son de origen asiático.

Este resultado pone de manifiesto que en mayoría los turistas que acogen las Agencias son de origen americano y europeo.

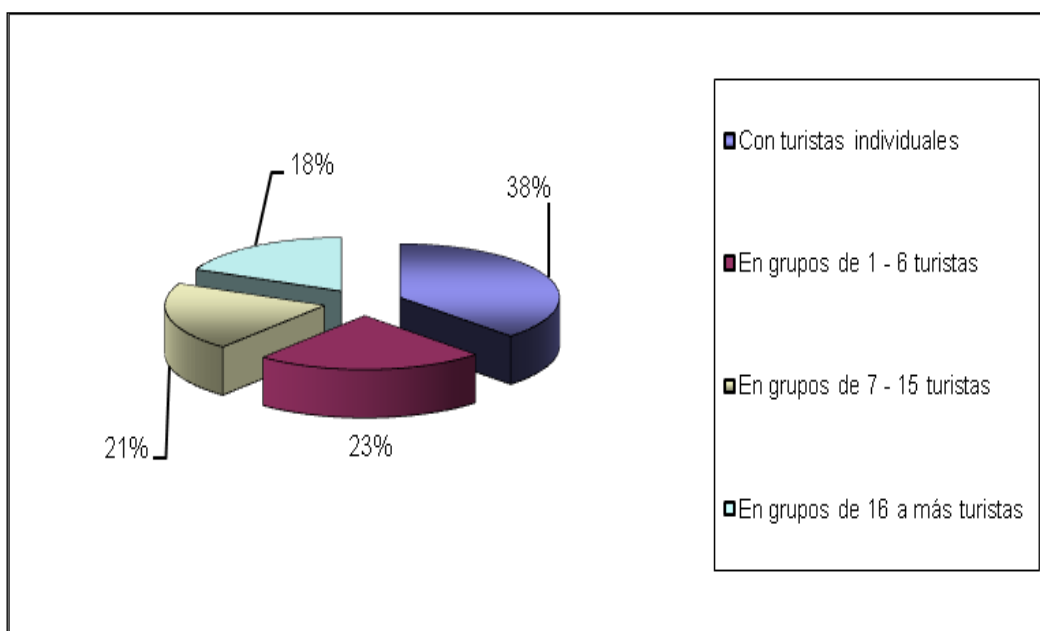
3. ¿Cómo desarrolla la Agencia de Viajes su forma de operación?

TABLA DE TABULACIÓN

Con turistas individuales	81	38%
En grupos de 1 - 6 turistas	50	23%
En grupos de 7 - 15 turistas	44	21%
En grupos de 16 a más turistas	39	18%
TOTAL	214	100%

GRÁFICO No. 39

CÓMO DESARROLLA LA AGENCIA DE VIAJES SU FORMA DE OPERACIÓN



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autores

La forma en la que operan las Agencias de Viajes en su mayoría para manejo de turistas es con turismo individual en un 38%, el 23% de 1 a 6 turistas, el 21% en grupos de 7 a 15 turistas y el 18% en grupos de más de 16 turistas.

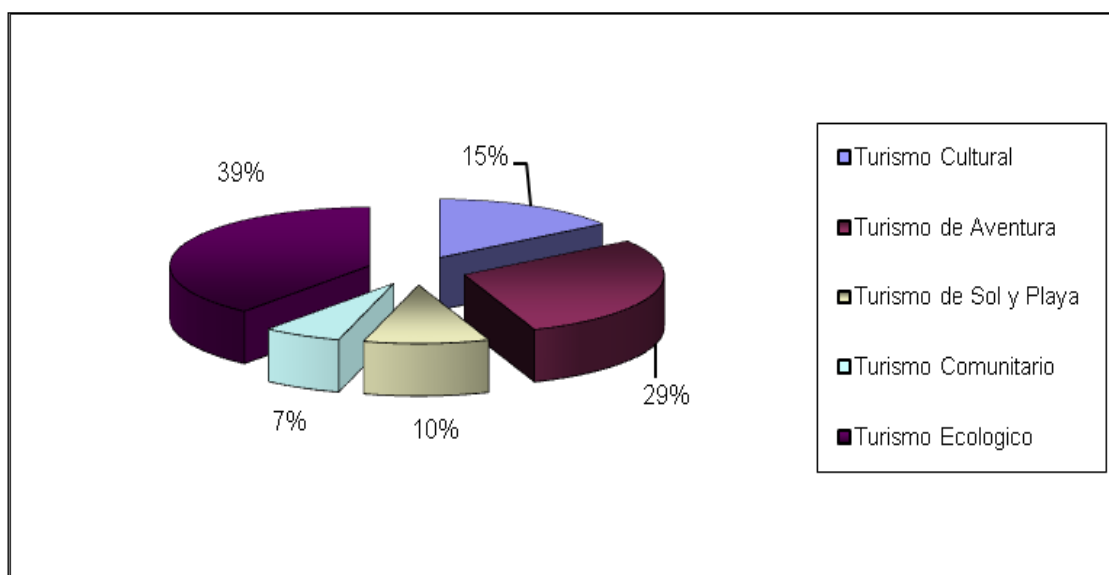
4. ¿Los turistas con los que operan se inclinan mayormente por?

TABLA DE TABULACIÓN

Turismo Cultural	33	15%
Turismo de Aventura	62	29%
Turismo de Sol y Playa	22	10%
Turismo Comunitario	13	6%
Turismo Ecológico	84	39%
TOTAL	214	100%

GRÁFICO No. 40

LOS TURISTAS CON LOS QUE OPERAN SE INCLINAN MAYORMENTE POR



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autores

El 39% de los turistas prefieren turismo de naturaleza, el 29% turismo de aventura, el 15% turismo cultural y apenas el 6% lo hace de manera comunitaria.

Estos resultados moldean el perfil del turista al que se pretende llegar por ende es un turista que busca un ambiente natural y luego de aventura.

5. ¿Cuáles son las edades en las que oscilan los turistas con los que trabajan?

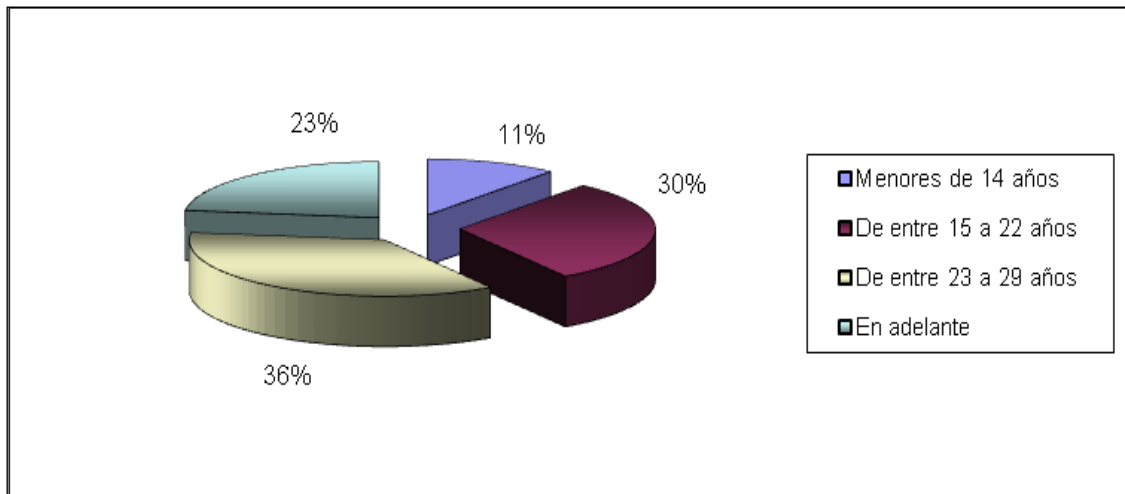
TABLA DE TABULACIÓN

Menores de 14 años	24	11%
De entre 15 a 22 años	64	30%
De entre 23 a 29 años	77	36%
En adelante	49	23%
TOTAL	214	100%

GRÁFICO No. 41

CUÁLES SON LAS EDADES EN LAS QUE OSCILAN

LOS TURISTAS CON LOS QUE TRABAJAN



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autores

Las edades de los turistas oscilan entre los 23 a 29 años que corresponde al 36%, de entre los 15 a 22 años en un 30%, de entre los menores de 14 años un 11% y finalmente los mayores de 30 años en adelante con un 23%.

Lo que significa que el target de mercado está entre 15 a 29 años

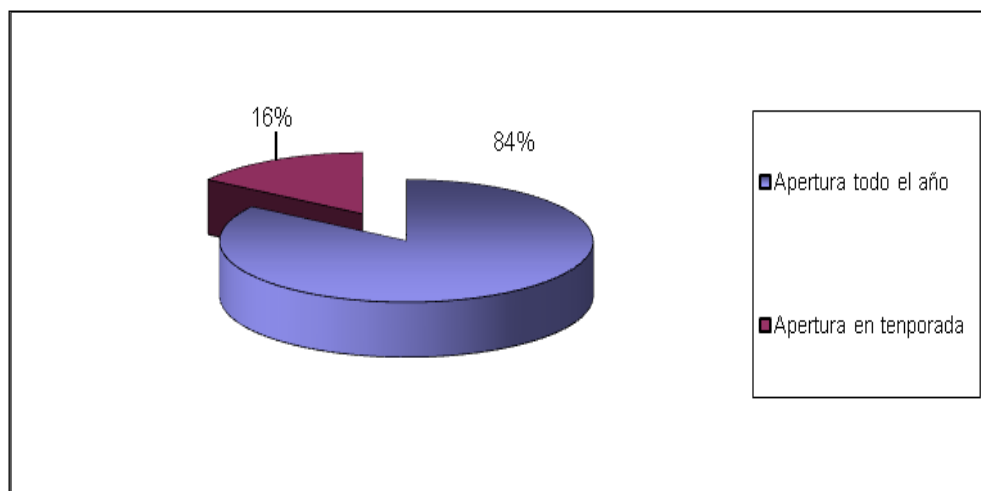
6. ¿Cuál es el periodo de funcionamiento de la Agencia de Viaje?

TABLA DE TABULACIÓN

Apertura todo el año	181	84%
Apertura en temporada	33	16%
TOTAL	214	100%

GRÁFICO No. 42

CUÁL ES EL PERIODO DE FUNCIONAMIENTO DE LA AGENCIA DE VIAJE



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autores

Del total de las Agencias de viajes encuestadas el 84% se maneja con una apertura todo el año y el 16% por temporada.

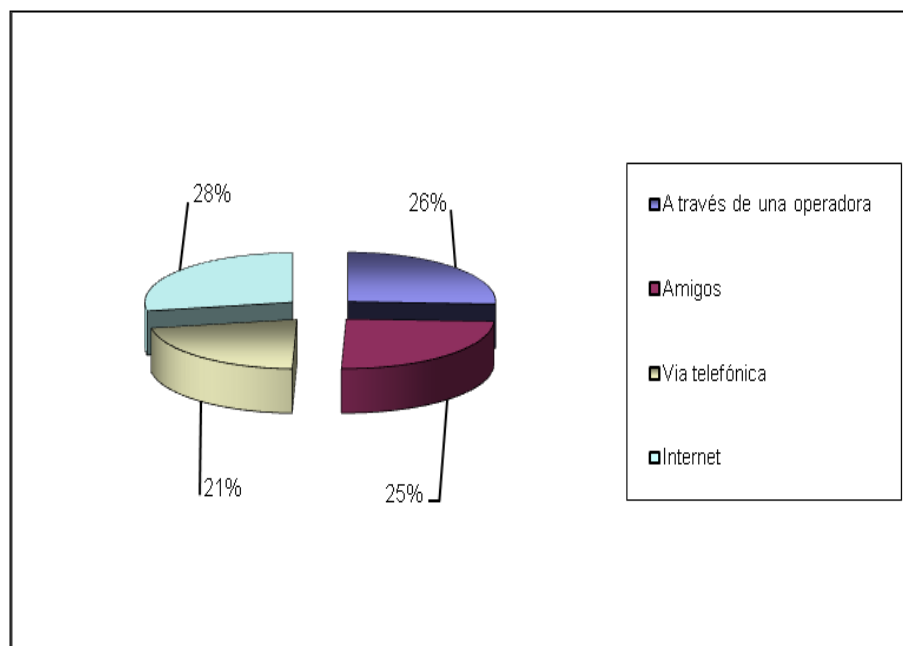
7. ¿Cuál es la manera en la que realizan el contacto sus clientes?

TABLA DE TABULACIÓN

A través de una operadora	55	26%
Amigos	53	25%
Vía telefónica	46	22%
Internet	60	28%
TOTAL	214	100%

GRÁFICO No. 43

CUÁL ES LA MANERA EN LA QUE REALIZAN EL CONTACTO SUS CLIENTES



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autores

El 28% de las Agencias se contacta vía Internet con los turistas, el 26% lo hace a través de una operadora, el 25% mediante amigos, mientras que el 22% vía telefónica.

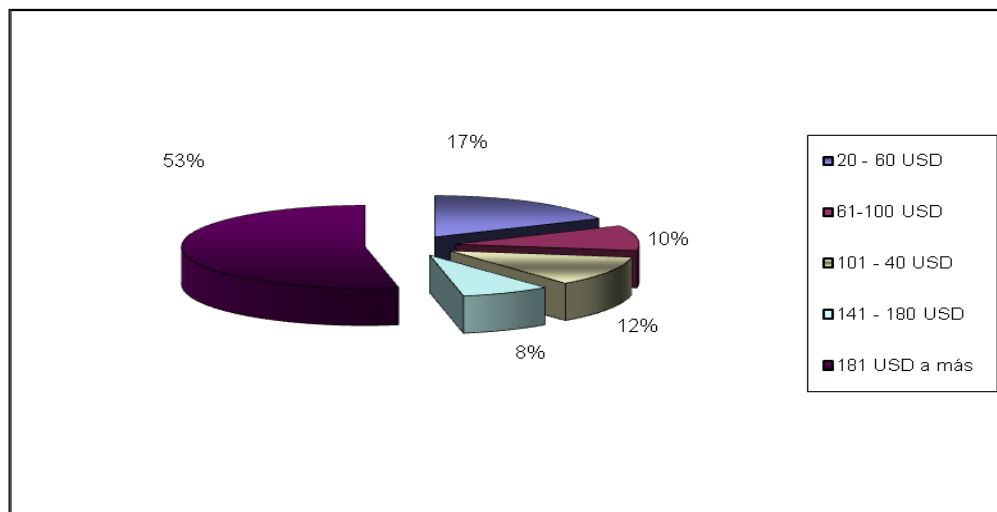
8. ¿Cuál es el precio en el que oscilan sus paquetes turísticos por tres días y dos noches?

TABLA DE TABULACIÓN

20 - 60 USD	38	18%
61-100 USD	21	10%
101 - 40 USD	25	12%
141 - 180 USD	17	8%
181 USD a más	113	53%
TOTAL	214	100%

GRÁFICO No. 44

CUÁL ES EL PRECIO EN EL QUE OSCILAN SUS PAQUETES TURÍSTICOS POR TRES DÍAS Y DOS NOCHES



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autores

El 18% de los turistas prefiere pagar entre 20 a 60 dólares, mientras que el 28% prefiere pagar entre 53 a 200 dólares y el 53% prefiere pagar por sobre los 181 dólares en adelante.

3.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA DE ZUMBAHUA

PRECIO

El precio es el punto fundamental del producto, ya que éste es el que determina si el cliente, en este caso el turista, está dispuesto a adquirirlo; depende si cuenta con valores agregados o no, puesto que en este punto se debe validar el beneficio contra el valor. En pocas palabras la cantidad de dinero que el turista esté dispuesto a cancelar para adquirir lo ofertado o prometido.

Para ello se debe diseñar una metodología en fijación de precios que genere una base informativa la cual permita la toma de decisiones.

Tomando en cuenta los objetivos del proceso de fijación y cambios de precios se efectuará lo siguiente:

- Establecer el valor del mercado de un producto, en comparación con los precios de los productos competitivos.
- Validar si existen cambios en la oferta y demanda, y conforme a ello realizar algún tipo de cambio, comprobando la disposición de los competidores a seguir dichos cambios de precio que se puedan producir.
- Plantear ajustes en el precio, de ser el caso, según la variación que éste tenga en el mercado, e impedir que la escala de los costos superen el tope impuesto para la fijación del precio.

Hay que tomar en cuenta que la Promoción se relaciona mucho con la fijación de precios a través del proceso estratégico que define cómo la empresa dará a conocer al cliente o consumidor sus precios para estimular la compra.

Se confirma que los factores internos que se involucran con el precio son:

- Definición del producto
- Gestión estratégica de la empresa como marco referencial.

Mientras que, los factores externos que afectan la fijación de precios son:

- La demanda, que se relaciona directamente a través de la elasticidad precio – demanda.
- La segmentación del mercado que permite establecer la diferenciación de precios.
- La competencia de cuyo análisis se extraen los precios de la competencia.

COMERCIALIZACIÓN

El comportamiento del consumidor se entiende como las actividades que desarrollan las personas al seleccionar, comprar y usar productos que satisfacen sus necesidades y deseos, estos involucran procesos mentales, emocionales y acciones físicas.

Para el caso del Complejo Turístico “Zumbahua”, el comportamiento del consumidor en gran parte del proceso de compra está determinado por el manejo de la información, el conocimiento y experiencia sobre el uso del producto y los beneficios que estas condiciones aportan, ya sea a la

distracción directamente o de manera indirecta a través de la industria, lo que favorece para que los consumidores tengan una fuerte predisposición a la adquisición del producto.

Es el aspecto de la mercadotecnia más vago y, por esa razón, el más descuidado. Al realizar la etapa de prefactibilidad en la evaluación de un proyecto, muchos investigadores simplemente informan en el estudio que la empresa podrá vender directamente el producto al público o al consumidor, con lo cual evitan toda la parte de comercialización.

Sin embargo, al enfrentarse a la realidad, cuando la empresa ya está en marcha, surgen todos los problemas que la comercialización representa.

A pesar de ser un aspecto poco favorecido en los estudios, la comercialización es parte vital en el funcionamiento de una empresa. Se puede producir el mejor artículo en su género al mejor precio, pero si no se tienen los medios para hacerlo llegar al consumidor en forma eficiente, esa empresa irá a la quiebra.

La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar; es decir, una buena comercialización es la que coloca al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al consumidor la satisfacción que él espera con la compra.

Normalmente ninguna empresa está capacitada, sobre todo en recursos materiales, para vender todos los productos directamente al consumidor final.

El posicionamiento es paulatino y se seguirá los siguientes parámetros al momento de brindar los servicios turísticos de la Hostería “Zumbahua”, así:

Asignar a los productos el sitio y el momento oportunos para ser consumidos adecuadamente.

Sin embargo, es conveniente realizar convenios con Agencias de Viajes, Universidades especializadas en turismo para proveer pasantes, diseño de página Web, y la participación en Ferias y revistas especializadas, para un correcto posicionamiento paulatino.

La presente investigación va a comercializar el servicio de turismo recreativo, aventura, cultural y comunitario.

3.4. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL TURISMO COMUNITARIO DE LA PARROQUIA DE ZUMBAHUA

El Gobierno de la Parroquia Zumbahua con la finalidad de retomar los procesos participativos e institucionales que se venían desarrollando en las anteriores administraciones y a fin de consolidar los procesos se firma un convenio de asistencia técnica (AME⁴⁴), con esto se logra la contratación de dos profesionales los mismos que serán los responsables de apoyar a los procesos de participación ciudadana (Planificación Cantonal – PDEC) y, las actividades de mejoramiento en la calidad de los servicios municipales (Plan de Fortalecimiento Institucional – PFI). Dentro de los productos obtenidos se puede destacar:

- Proceso Ciudadano e Institucional activo.
- Actores cantonales identificados desde las mismas Parroquias, esto genera una “base social” importante, para cualquier actividad de desarrollo local.
- Direcciones Municipales motivadas a impulsar un proceso de Fortalecimiento Institucional. Dispuestas a superar un trabajo de grupo aislado hacia cada Dirección, por un trabajo de equipo enfocado a la calidad de los servicios. Se quiere hacer de la Parroquia Zumbahua, Cantón Pujilí un Municipio Transparente y Moderno, modelo de gestión municipal en el país.

La Constitución Política de la República del Ecuador, determina que cada cantón constituirá un Municipio. Su gobierno estará a cargo del Concejo Municipal y el Alcalde será su máximo personero.

Mediante ordenanza del 24 febrero de 2005, el Concejo Municipal cambió la denominación de Ilustre Gobierno Municipal del Cantón Pujilí por **“Gobierno Municipal de Cantón Pujilí”**.

Las actividades de la parroquia Zumbahua, están reguladas por las siguientes disposiciones legales de carácter general y específico:

- Constitución de la República del Ecuador
- Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado
- Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización
- Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado y su Reglamento
- Ley Orgánica de Servicio Público
- Ley de Régimen Tributario Interno

⁴⁴ ASOCIACION DE MUNICIPALIDADES DEL ECUADOR

- Ley de Responsabilidad, Estabilización y Transparencia Fiscal y Reformas
- Código de trabajo
- Reglamento General de Bienes del Sector Público
- Reglamento Para el Pago de Viáticos y Movilización
- Orgánico y Funcional del Municipio
- Ordenanzas, Resoluciones, de carácter administrativo y económico que regulan las actividades de la municipalidad.
- Ley de Propiedad Horizontal, Ley del Anciano, Ley de Caminos, Ley de Niñez y Adolescencia, Ley de Maternidad Gratuita, Ley de Turismo; Ley Orgánica de Discapacidades, Ley de conservación de áreas naturales, de Patrimonio.

La Reforma de Régimen Municipal, entre otros aspectos establece como un fin esencial, el “promover el desarrollo económico, social, ambiental, cultural e institucional dentro de su jurisdicción”, con lo cual se da a la gestión municipal un enfoque integral de desarrollo local.

Y también se destaca como una función primordial el “contribuir al fomento de la actividad productiva y su comercialización, a través de programas de apoyo” a diversas actividades, con lo cual se abre una enorme posibilidad para que los municipios puedan emprender procesos de concertación público privada, que permita impulsar el desarrollo económico y competitivo desde lo local.

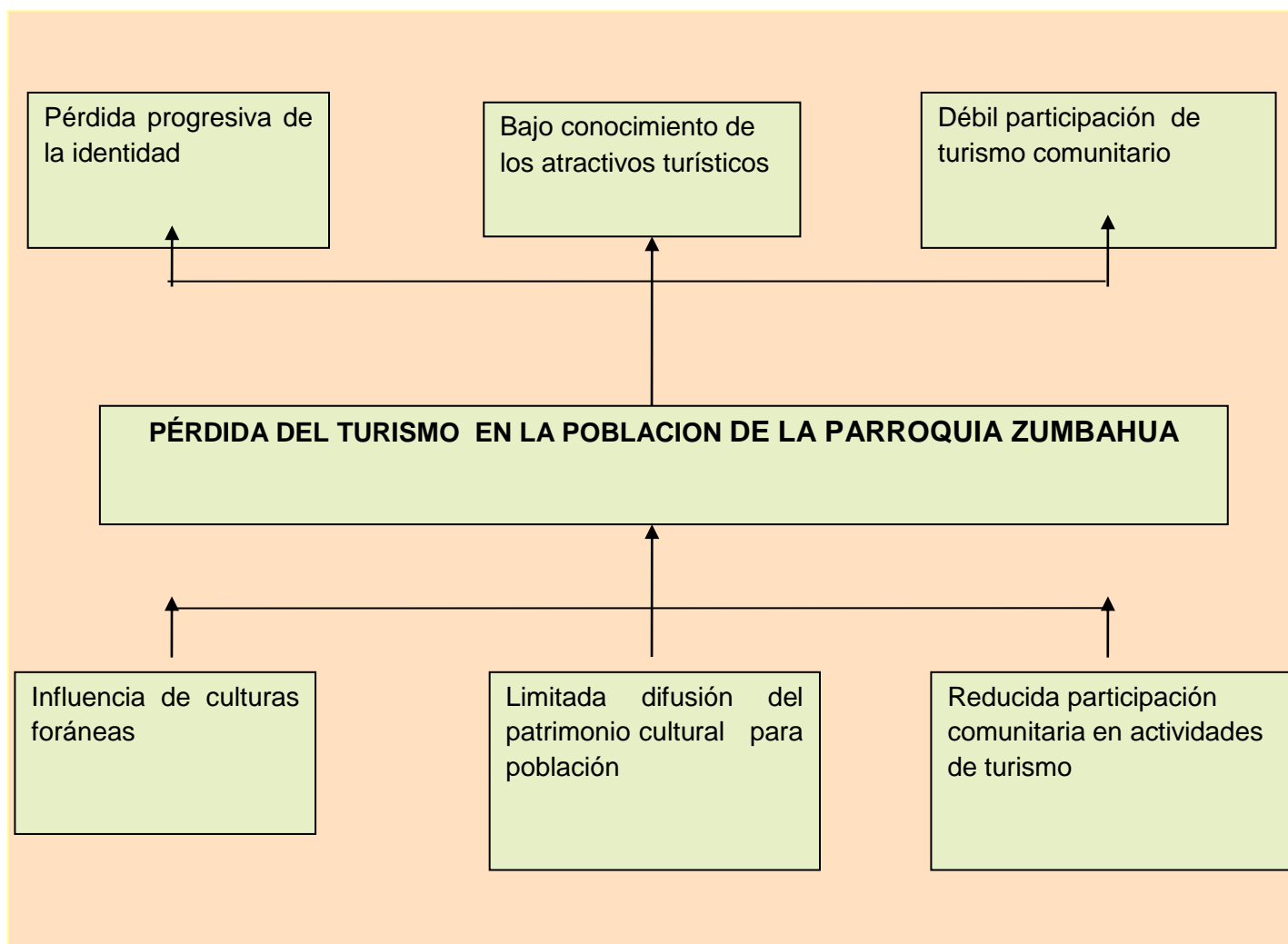
3.5. ÁRBOL DE PROBLEMAS

3.5.1. ANÁLISIS DE PROBLEMAS

Mediante un proceso de construcción de un modelo integral de desarrollo humano, se efectúa el Diagnostico de Turismo Comunitario en la Parroquia de Zumbahua, con la participación de la sociedad civil, descubriendo los problemas y planteado las alternativas y soluciones que permitirán superar los problemas que afectan a los distintos grupos poblacionales, especialmente los más vulnerables.

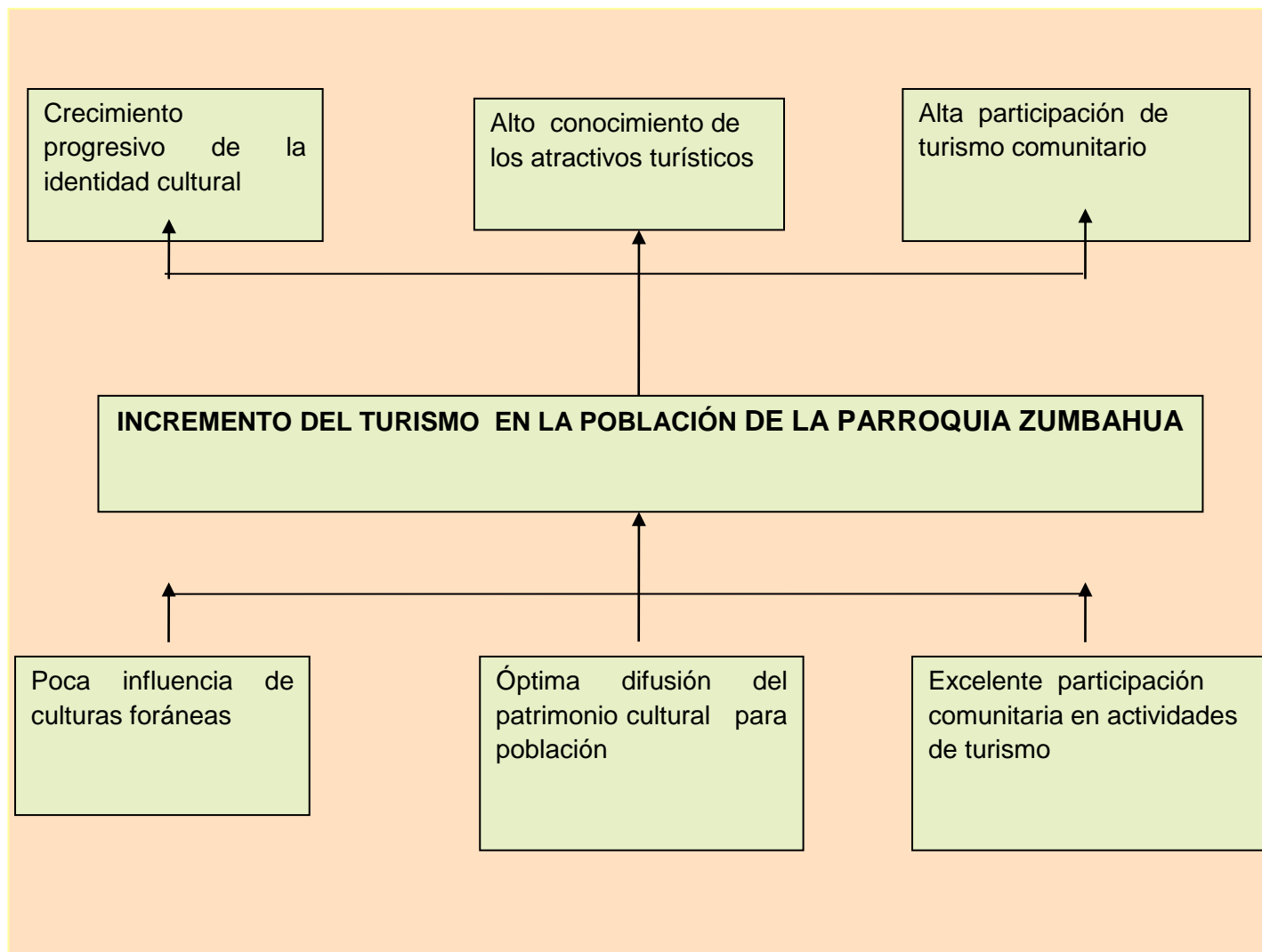
El objetivo es que el ser humano alcance distintos niveles de satisfacción de sus necesidades básicas y que permitan el crecimiento y desarrollo potencial de todos los individuos, familias y comunidades, considerando los varios factores estructurales, sociales, económicos, culturales y ambientales, que posibilitan el acceso a los servicios e infraestructura.

GRÁFICO No. 45
ÁRBOL DE PROBLEMAS DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA



Fuente: Investigación directa
 Elaboración: Autores

GRÁFICO No. 46
ÁRBOL DE OBJETIVOS DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA



Fuente: Investigación directa
 Elaboración: Autores

3.6. MATRIZ DE MARCO LÓGICO

MATRIZ DE MARCO LÓGICO				
TURISMO COMUNITARIO				
PROBLEMA CENTRAL	DESCRIPTORES	INDICADOR	LINEA BASE	MEDIO / VERIFICACIÓN
PÉRDIDA PROGRESIVA DE LA IDENTIDAD CULTURAL	Pérdida progresiva del idioma quechua y su identidad	%	Solamente el 12% de la población rural habla quechua y español	Talleres, encuesta y actores locales
	Reducción considerable de la etnia	%	40% de la población rural de Parroquia de la Zumbahua son indígenas	Talleres, encuesta y actores locales
INFLUENCIA DE CULTURAS FORANEAS	Adopción de nuevas costumbres	%	60% de la población rural ha adoptado otras costumbres	Taller/actores locales
	Ya no preparan comidas originarias	%	El 80% de la población prepara comidas modernas	Taller/actores locales
LIMITADA DIFUSIÓN DEL	Escasa difusión turística del	%	50% de los jóvenes	

PATRIMONIO CULTURAL PARA POBLACIÓN	patrimonio cultural		desconocen su patrimonio cultural	Taller/actores locales
	Falta de difusión de cultura y costumbres de sus antepasados	%	50% de la población rural ya no conserva las costumbres antepasadas	Taller/actores locales
REDUCIDA PARTICIPACIÓN COMUNITARIA EN TURISMO COMUNITARIO	Falta de incentivos y motivación para la participación en el Turismo Comunitario	%	El 90% de participantes no han sido motivados con ningún tipo de incentivos en relación al turismo Comunitario	Taller/actores locales

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Autores

CAPÍTULO IV

DISEÑO DE LA PROPUESTA

4.1. VISIÓN

La Visión para el año 2013 fue la siguiente, “Desarrollar una sociedad más justa, equitativa, democrática, que respeta a los derechos individuales y colectivos, que cree las mejores condiciones de vida y estimule el desarrollo potencial de todos los seres vivos”.

En el actual Plan de Turismo Comunitario se toma en consideración el medio ambiente, la inclusión institucional en el gobierno y sobre todo la calidad de desarrollo económico – productivo, siendo esta la nueva visión, así:

“Que exista un desarrollo sustentable y sostenido en busca del mejoramiento de la calidad de vida de todos sus habitantes con respeto y amor a los demás, asegurando el presente y proyectando un futuro de todas las generaciones en armonía con el medio ambiente, Dios y el prójimo conservando su propia identidad cultural y promoviendo el turismo y recuperando los valores de sus antepasados, siendo diferente a los demás cantones y haciendo que su gente ame a su tierra, recuperando a los campos con producción y aprovechando la tecnología.”

La Parroquia Zumbahua cuenta con servicios básicos de buena calidad; con servicios públicos confiables y adecuados, que satisfacen las necesidades de la población; con recursos e infraestructura que ha incrementado los ingresos de la Parroquia.

De esta forma, se ha logrado que los pobladores adquieran identidad y visión de futuro.

4.2. MISIÓN

Zumbahua es una Parroquia con gente comprometida, trabajadora, solidaria y honesta, quienes participan de manera desinteresada en el desarrollo de la Parroquia y el Cantón Pujilí.

4.3 ANÁLISIS FODA

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, obteniendo de esta manera un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (en inglés SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.⁴⁵

Fortalezas: son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y por las que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

Oportunidades: son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Debilidades: son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

Por la importancia dentro de un buen producto turístico a desarrollarse es imprescindible contar con un diagnóstico claro de los aspectos y actores que forman parte de este Sistema, los cuales según sus características o funcionamiento infieren en el proceso de calidad del servicio.

⁴⁵ PHILIP KOTLER , “Nuevas técnicas para hallar ideas innovadoras”, Ed. Trias, Pág. 25, Madrid, 2003

CUADRO No. 11
MATRIZ FODA DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA

FORTALEZAS	<p>Existe una básica infraestructura hotelera</p> <p>Se cuenta con servicios de alojamiento, alimentación y distracción.</p> <p>El servicio de transporte público es regular y permanente, hasta los sectores principales.</p> <p>Se cuenta con recursos culturales tales como:</p> <p>Música, danza, etnografía, gastronomía, etc.</p> <p>Existe el inventario de recursos turísticos naturales y culturales actualizado.</p> <p>Se están impulsando proyectos para la generación de agua potable en la parroquia y mejoramiento de las vías</p>
OPORTUNIDADES	<p>La atracción de turistas por parte de los servicios de las hosterías puede facilitar la promoción de la Parroquia.</p> <p>El municipio de Pujilí se encuentra en proceso de descentralización turística.</p> <p>El Municipio está realizando la creación de productos turísticos dentro del cantón.</p> <p>En la ciudad de Latacunga se están formando profesionales en turismo.</p> <p>Se cuenta con la Dirección de Turismo como parte del gobierno provincial.</p>
DEBILIDADES	<p>El servicio de alimentación es deficiente.</p> <p>Existen aspectos culturales que no son difundidos y explotados turísticamente</p> <p>Escasa información de posibles actividades en el sitio.</p> <p>No ha existido apoyo por parte de la Cámara provincial de Turismo en cuanto a promoción, capacitación, realización de eventos y gestión de una legislación acorde con las necesidades.</p> <p>Falta de difusión de los recursos culturales a nivel provincial, regional y nacional</p> <p>Falta de organización y planificación de eventos culturales</p> <p>Falta de presupuesto para la inversión de proyectos turísticos</p>

	Alto índice de deforestación
AMENAZAS	<p>Ausencia de servicios básicos en algunas comunidades</p> <p>Poco acceso al servicio de comunicaciones</p> <p>Se desarrollan iniciativas turísticas únicamente en el asunto del ferrocarril.</p> <p>Difícil acceso a algunos lugares en épocas de Invierno</p>

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

4.4. PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS POR COMPONENTES

A. LÍNEAS ESTRATÉGICAS (SOCIAL) SALUD

OBJETIVO ESTRATÉGICO

Estable situación de la salud en la población de Zumbahua.

META ESTRATÉGICA

- Implementar farmacias comunitarias, en barrios y comunidades del sector de Zumbahua.
- Realizar caravanas médicas trimestralmente con la participación del 20% de la población de Zumbahua.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Propiciar una adecuada gestión en servicios de salud.
- Desarrollar una eficiente educación sexual y reproductiva en jóvenes y adultos.
- Orientar a un adecuado manejo de residuos y desechos tóxicos en las plantaciones florícolas
- Impulsar programas de motivación y rehabilitación de alcoholismo en jóvenes y adultos del sector de Zumbahua.

METAS ESPECÍFICAS

- Fortalecer en un 7% al personal médico de Zumbahua en el transcurso de un año.
- Impulsar campañas de capacitación en educación sexual y reproductiva a jóvenes y adultos en la población rural de Zumbahua, reduciendo en un 50% los embarazos prematuros y no planificados en el plazo de un año.
- Reducir en un año el 10% la presencia de enfermedades debido a la contaminación ambiental por las plantaciones florícolas.
- Reducir el 10% el consumo de bebidas alcohólicas en jóvenes y adultos del sector de Zumbahua en el transcurso de un año.

B. LÍNEAS ESTRATÉGICAS (SOCIAL) EDUCACIÓN

OBJETIVO ESTRATÉGICO

Mejorar la situación de la Educación en los Barrios y Comunidades de Zumbahua

META ESTRATÉGICA

- Reducir el analfabetismo en un 5% anual en la población de los Barrios y Comunidades rurales de Zumbahua
- En un año aumentar el 10% de estudiantes de instrucción secundaria.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Planificar, organizar y coordinar la utilización de la infraestructura de los planteles educativos
- Incrementar la asignación de recursos destinados para educación por parte del gobierno nacional y local
- Establecer políticas nacionales sustentables en la educación

METAS ESPECÍFICAS

- Construcción y adecuación de todos los planteles educativos en el siguiente año de manera que sus instalaciones sean funcionales.

- Contar en el próximo año con el 80% de docentes bilingües, especializados y que exista uno por aula.
- El 100% de las escuelas en dos años dispongan de un laboratorio de computación y material pedagógico adecuado.
- Establecer programas de capacitación permanente a padres de familia a partir del próximo año para mejorar los índices de educación integral en un 100%.

C. LÍNEAS ESTRATÉGICAS (SOCIAL) SERVICIOS BÁSICOS

OBJETIVO ESTRATÉGICO

Mejorar la gestión y cobertura de los servicios básicos en los barrios y comunidades de Zumbahua.

META ESTRATÉGICA

Realizar planes de vivienda para reducir el déficit habitacional en un 5% anual, índice que se espera superarlo en 5 años.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Brindar un sistema adecuado de alcantarillado.
- Ofrecer un eficiente servicio de alumbrado eléctrico.
- Proporcionar vías en óptimas condiciones para la circulación vehicular y peatonal.
- Implementar un sistema adecuado para el manejo de los desechos sólidos y químicos

METAS ESTRATÉGICAS

- Alcanzar el 80% de COBERTURA EN UN PLAZO DE 2 AÑOS DE ACUERDO AL ORDEN DE PRIORIDADES.
- Alcanzar el 10% anual de incremento de alumbrado público y viviendas.
- Alcanzar un 50% de vías en buenas condiciones de circulación vehicular y peatonal en dos años.
- Cobertura del 80% de recolección de basura en dos años.

D. LÍNEAS ESTRATÉGICAS (SOCIAL) SEGURIDAD

OBJETIVO ESTRATÉGICO

Proporcionar seguridad Ciudadana en el Sector de Zumbahua.

META ESTRATÉGICA.

Reducir un 10% del nivel de inseguridad en el sector a causa de: robos, agresiones, accidentes y otras en un año.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Crear brigadas de seguridad en barrios y comunidades del sector de Zumbahua.
- implementar la logística y elemento policial en el destacamento de Zumbahua.
- Controlar los sitios de expendio de bebidas alcohólicas.

METAS ESTRATÉGICAS

- Conformación de 10 brigadas barriales en el próximo año.
- Fortalecimiento policial en un 5% anual para aumentar el nivel de seguridad en los barrios y comunidades del sector de Zumbahua.
- Reducir en un 10% el consumo de bebidas alcohólicas en jóvenes y adultos de los barrios y comunidades de la Parroquia.

E. LÍNEAS ESTRATÉGICAS MEDIO AMBIENTE

OBJETIVO ESTRATÉGICO

Recuperación ambiental en el sector de la Parroquia de Zumbahua.

META ESTRATÉGICA

Reducir en un 10% la contaminación ambiental en el sector de la Parroquia de Zumbahua, en un periodo de un año.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar el control ambiental por parte de las autoridades respecto al manejo de desechos sólidos y líquidos.
- Aprovechar los recursos naturales.
- Mejorar las condiciones higiénicas de las comunidades y barrios del sector de la Parroquia de Zumbahua.

METAS ESTRATÉGICAS

- Minimizar en un 20% que los desechos sólidos y líquidos sean arrojados en las calles o depositados en sitios no adecuados en un plazo de un año.
- Recuperar en un 50% las zonas con características de desertización y erosión.
- 80% de la crianza de animales se realicen en forma adecuada.

F. LÍNEAS ESTRATÉGICAS CULTURALES

OBJETIVO ESTRATEGICO

Recuperar la identidad cultural o autóctona originaria de los barrios y comunidades del sector rural de la Parroquia de Zumbahua.

.META ESTRATÉGICA

Impulsar campañas de capacitación a todos los habitantes para recuperar y mantener el idioma, etnia e identidad originaria, en un 50 % en un plazo de dos años.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Disminuir la influencia de culturas foráneas.
- Difundir el patrimonio cultural a la población.
- Crear conciencia en la comunidad para una mayor participación en eventos culturales.

METAS ESPECÍFICAS

- Difundir a través de talleres la recuperación de un 20% anual de sus costumbres, vestimenta y platos típicos del lugar.
- Convenios con los medios de comunicación para la utilización de un 20% en la difusión del patrimonio cultural.
- Lograr que el 50% de la población participe en eventos culturales.

G. LÍNEAS ESTRATÉGICAS INSTITUCIONAL

OBJETIVO ESTRATEGICO

Fortalecer la organización Institucional

META ESTRATÉGICA

100% de los funcionarios públicos comprometidos institucionalmente en 6 meses.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Optimizar la difusión institucional.
- Fortalecer el compromiso social.
- Eliminar los intereses políticos.
- Desarrollar políticas de formación de líderes.

METAS ESPECÍFICAS

- Alcanzar en el próximo año que el 100% de la población conozca los servicios, obras y beneficios institucionales.
- Lograr que el 50% de la población esté comprometida socialmente en el próximo año.
- Priorizar obras en el próximo año en base a los planes de desarrollo locales, sin intereses políticos.

H. LÍNEAS ESTRATÉGICAS TURISMO

Después de haber analizado el diagnóstico de la oferta turística y el tremendo potencial que tiene la Parroquia Zumbahua, se quiere presentar un proyecto viable, sostenible, que cumpla con todos los requerimientos del turismo comunitario y demostrar que la gente nativa es capaz de ofrecer servicios de calidad sin mucha complicación, con una baja inversión en la infraestructura turística, porque los trabajos serán realizados por los miembros de la Parroquia y con los recursos del sector, lo cual influye en los costos de producción y administración.

OBJETIVO ESTRATÉGICO

El primer paso es convertir los problemas en objetivos o soluciones a dichos problemas. El análisis de objetivos se lo usa para:⁴⁶

- Describir una situación que podría existir después de resolver los problemas
- Identificar las relaciones medio-fin entre objetivos
- Elaborar un proyecto básico de turismo comunitario aprovechando los potenciales recursos existentes tanto naturales, económicos y humanos.

⁴⁶ ESCUELA POLITECNICA NACIONAL – BID, , “Sistema de Marco Lógico”, Pág. 45-50, ed. EPN, Quito, 2008

- Formular un plan de inversiones mediante propuestas de desarrollo, a través de perfiles de actividades que contribuyan al mejoramiento económico, social y ambiental de la Parroquia Zumbahua.

META ESTRATÉGICA

- Construir un Centro Turístico en un año calendario.
- Atender a 50 turistas los fines de semana, llegando a 200 turistas al mes y 2.400 turistas al año.
- La inversión en el presente proyecto se recuperará al tercer año

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir la estrategia de marketing turístico más adecuada.
- Identificar los productos turísticos que cuenten con potencial para ser comercializados.
- Desarrollar el producto turístico en base a las estrategias del proyecto.
- Aumentar el número de turistas nacionales

METAS ESPECÍFICAS

Es decir al definir un Plan de Turismo Comunitario para la Parroquia Zumbahua, estará orientado a promocionar el turismo en la zona y a formular la estrategia de largo plazo y el camino para desarrollarla, fomentando la creación de nuevas plazas de empleo y generación de ingresos.

4.5. IDENTIFICACIÓN DE PERFILES DE PROYECTOS

Para formular un proyecto, es necesario considerar el punto de vista de la entidad a la que se va a presentar la propuesta. Por lo general, este tipo de instituciones recibe innumerables expedientes para su evaluación, sobre todo luego de haber realizado una convocatoria. En tal sentido, es fundamental redactar la propuesta de la forma más concisa, coherente y clara posible, de modo que facilite el trabajo de la persona responsable de su evaluación. Existe la creencia equivocada de que una propuesta correctamente elaborada tiene que ser voluminosa, pero no es cierto.

PERFILES DE PROYECTOS SALUD

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO **Programa de Cooperación Técnica (Fondos Fiduciarios)**

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto de CT: Realización de Campañas médicas.

Comunidad Beneficiario: Parroquia de Zumbahua

Institución Ejecutora:

Monto total estimado a ser financiado (US\$): USD \$ 5.000

Monto a ser financiado por el fondo: USD \$ 4.500

Monto a financiarse por otras fuentes (si es aplicable): USD \$ 500

Fecha límite para la ejecución: MAYO – 2013

Fecha límite para el desembolso: FEBRERO – 2013

II. ANTECEDENTES

En lo que tiene que ver a proyectos de Salud, la realización de Campañas Médicas son importantes para el cuidado de la salud, especialmente si existe la Cooperación del Ministerio

de Salud, voluntarios del área médica, la comunidad y sobre todo las autoridades de Zumbahua.

III. OBJETIVO GENERAL/META

Realizar campañas médicas en la comunidad de Zumbahua.

IV. PROPÓSITO

El propósito principal es realizar Campañas médicas, para ayudar en la estabilidad de la situación de la salud en la población de Zumbahua.

DESCRIPCIÓN (Componentes y Actividades)

Realización de Campañas médicas

V. PRODUCTOS

Realización de Campañas médicas, construir la infraestructura necesaria para la Maternidad de Zumbahua y asegurar el equipo médico adecuado.

VI. JUSTIFICACIÓN

Se logrará la mejora de las condiciones de vida de la población, ya que se trabajará en conjunto con el Ministerio de Salud, El Consejo Provincial de Cotopaxi, La Junta Parroquial de Zumbahua y principalmente el apoyo incondicional de las ONG's internacionales.

VII. Sustentabilidad: Se espera la colaboración de entidades nacionales antes ya descritas y principalmente las ONG's internacionales, ya que por medio de la Cooperación Técnica Internacional, se puede acceder a préstamos no reembolsables, ya que solo se exige el 10% del Fondo de Contrapartida Nacional.

VIII. PRESUPUESTO

Categorías Presupuestarias	Fondo IS (US\$)	Contraparte (US\$)
I. Componente 1 - Control de residuos tóxicos de las florícolas.	USD \$ 9.000	USD \$ 1.000
IV. Contingencias		
Total	USD \$ 9.000	USD \$ 1.000

PERFILES DE PROYECTOS SALUD

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO **Programa de Cooperación Técnica (Fondos Fiduciarios)**

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto de CT: Control de enfermedades respiratorias y diarreicas

Comunidad Beneficiario: Parroquia de Zumbahua

Institución Ejecutora:

Monto total estimado a ser financiado (US\$): USD \$ 1.000

Monto a ser financiado por el fondo: USD \$ 9000

Monto a financiarse por otras fuentes (si es aplicable): USD \$ 100

Fecha límite para la ejecución: JUNIO – 2013

Fecha límite para el desembolso: MAYO - 2013

II. ANTECEDENTES

En lo que tiene que ver a proyectos de salud, es necesario establecer políticas de control en lo que se refiere a enfermedades respiratorias y diarreicas.

III. OBJETIVO GENERAL/META

Tener un control adecuado en relación a las enfermedades respiratorias y diarreicas en la población de Zumbahua.

IV. PROPÓSITO

El propósito principal es el de ayudar en la estabilidad de la situación de la salud en la población de Zumbahua, para lo cual se realizará un control adecuado a dichas enfermedades.

V. DESCRIPCIÓN (Componentes y Actividades)

Establecer controles periódicos, preventivos y correctivos en relación a dichas enfermedades en la población rural de Zumbahua.

VI. PRODUCTOS

Diseñar controles adecuados para el monitoreo de dichas enfermedades en Zumbahua.

VII. JUSTIFICACIÓN

Se logrará la mejora de las condiciones de vida de la población, ya que se trabajará en conjunto con el Ministerio de Salud, El Consejo Provincial de Cotopaxi, La Junta Parroquial de Zumbahua y principalmente el apoyo incondicional de las ONG's internacionales.

- a. **Sustentabilidad:** Se espera la colaboración de entidades nacionales antes ya descritas y principalmente las ONG's internacionales, ya que por medio de la Cooperación Técnica Internacional, se puede acceder a préstamos no reembolsables, ya que sólo se exige el 10% del Fondo de Contrapartida Nacional.

VIII. PRESUPUESTO

Categorías Presupuestarias	Fondo IS (US\$)	Contraparte (US\$)
Control de enfermedades respiratorias y diarreicas	USD \$ 9.00	USD \$ 1.00
IV. Contingencias		
Total	USD \$ 9.00	USD \$ 1.00

PERFILES DE PROYECTOS EDUCACIÓN.

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO **Programa de Cooperación Técnica (Fondos Fiduciarios)**

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto de CT: Mayor utilización en los planteles educativos que tiene una sola jornada.

Comunidad Beneficiario: Parroquia de Zumbahua

Institución Ejecutora:

Monto total estimado a ser financiado (US\$): USD \$ 10.000

Monto a ser financiado por el fondo: USD \$ 9.0000

Monto a financiarse por otras fuentes (si es aplicable): USD \$ 1.000

Fecha límite para la ejecución: MARZO – 2013

Fecha límite para el desembolso: FEBRERO - 2013

II. ANTECEDENTES

En lo que tiene que ver a proyectos de educación es necesario establecer programas académicos que conlleven a establecer una sola jornada estudiantil en Zumbahua, ya que se pierde mucho tiempo en las jornadas existentes.

III. OBJETIVO GENERAL/META

Establecer programas académicos para una sola jornada estudiantil en Zumbahua.

IV. PROPÓSITO

El propósito principal es el de fomentar una planificación organizada en la utilización de la infraestructura física de los planteles educativos.

DESCRIPCIÓN (Componentes y Actividades)

Es prioritario la implementación en los Planteles Educativos la utilización de una sola jornada estudiantil.

V. PRODUCTOS

Diseñar una malla académica adecuada para poder cumplirla en el establecimiento de una sola jornada estudiantil.

VI. JUSTIFICACIÓN

Se logrará la mejora de las actividades estudiantiles, ya que se trabajará en conjunto con el Ministerio de Educación, El Consejo Provincial de Cotopaxi, La Junta Parroquial de Zumbahua y principalmente el apoyo incondicional de las ONG's internacionales.

- a. **Sustentabilidad:** Se espera la colaboración de entidades nacionales antes ya descritas y principalmente las ONG's internacionales, ya que por medio de la Cooperación Técnica Internacional, se puede acceder a préstamos no reembolsables, ya que sólo se exige el 10% del Fondo de Contrapartida Nacional.

VIII. PRESUPUESTO

Categorías Presupuestarias	Fondo IS (US\$)	Contraparte (US\$)
Implementación en Planteles Educativos una sola jornada	USD \$ 9.000	USD \$ 1.000
IV. Contingencias		
Total	USD \$ 9.000	USD \$ 1.000

PERFILES DE PROYECTOS EDUCACIÓN.

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO Programa de Cooperación Técnica (Fondos Fiduciarios)

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto de CT: Mayor asignación de recursos destinados para educación.

Comunidad Beneficiario: Parroquia de Zumbahua

Institución Ejecutora:

Monto total estimado a ser financiado (US\$): USD \$ 6.000

Monto a ser financiado por el fondo: USD \$ 5.400

Monto a financiarse por otras fuentes (si es aplicable): USD \$ 600

Fecha límite para la ejecución: MARZO – 2013

Fecha límite para el desembolso: FEBRERO - 2013

II. ANTECEDENTES

En lo que tiene que ver a proyectos de educación es necesario establecer una cantidad de recursos destinados para educación.

III. OBJETIVO GENERAL/META

Establecer mayor asignación para educación.

IV. PROPÓSITO

El propósito principal es el de fomentar una mayor asignación presupuestaria para educación.

V. DESCRIPCIÓN (Componentes y Actividades)

Es prioritaria la asignación para educación en el sector de Zumbahua.

VI. PRODUCTOS

Proponer a las autoridades pertinentes una mayor asignación para educación.

VII. JUSTIFICACIÓN

Se logrará la mejora de las actividades estudiantiles, ya que se trabajará en conjunto con el Ministerio de Educación, El Consejo Provincial de Cotopaxi, La Junta Parroquial de Zumbahua y principalmente el apoyo incondicional de las ONG's internacionales.

- a. **Sustentabilidad:** Se espera la colaboración de entidades nacionales antes ya descritas y principalmente las ONG's internacionales, ya que por medio de la Cooperación Técnica Internacional, se puede acceder a préstamos no reembolsables, ya que sólo se exige el 10% del Fondo de Contrapartida Nacional.

VIII. PRESUPUESTO

Categorías Presupuestarias	Fondo IS (US\$)	Contraparte (US\$)
Mayor asignación de recursos destinados para educación.	USD \$ 5.400	USD \$ 600
IV. Contingencias		
Total	USD \$ 5.400	USD \$ 600

PERFILES DE PROYECTOS SERVICIOS BÁSICOS

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO Programa de Cooperación Técnica (Fondos Fiduciarios)

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto de CT:	Sistema de alcantarillado y pozo séptico.
Comunidad Beneficiario:	Parroquia de Zumbahua
Institución Ejecutora:	
Monto total estimado a ser financiado (US\$):	USD \$ 15.000
Monto a ser financiado por el fondo:	USD \$ 13.500
Monto a financiarse por otras fuentes (si es aplicable):	USD \$ 1.500
Fecha límite para la ejecución:	MARZO – 2013
Fecha límite para el desembolso:	FEBRERO - 2013

II. ANTECEDENTES

El cuidado de la salud, tiene mucho que ver con los servicios públicos que el gobierno proporcione, tal es el caso del alcantarillado y el establecimiento de pozos sépticos en la localidad de Zumbahua.

III. OBJETIVO GENERAL/META

Proponer la implementación del sistema de alcantarillado y de pozos sépticos.

IV. PROPÓSITO

El propósito principal es el de establecer el sistema de alcantarillado y de pozos sépticos, para de esta manera mejorar las condiciones higiénicas del sector.

V. DESCRIPCIÓN (Componentes y Actividades)

Es prioritaria la construcción del alcantarillado y de pozos sépticos en el sector de Zumbahua.

VI. PRODUCTOS

Construcción de alcantarillado y de pozos sépticos adecuados.

VII. JUSTIFICACIÓN

Se logrará la mejora de los habitantes, ya que se trabajará en conjunto con el Consejo Provincial de Cotopaxi, el Gobierno Autónomo Descentralizado de Pujilí, la Junta Parroquial de Zumbahua y principalmente el apoyo incondicional de las ONG's internacionales.

Sustentabilidad: Se espera la colaboración de entidades nacionales antes ya descritas y principalmente las ONG's internacionales, ya que por medio de la Cooperación Técnica Internacional, se puede acceder a préstamos no reembolsables, ya que sólo se exige el 10% del Fondo de Contrapartida Nacional.

VIII. PRESUPUESTO

Categorías Presupuestarias	Fondo IS (US\$)	Contraparte (US\$)
Sistema de alcantarillado y pozo séptico.	USD \$ 13.500	USD \$ 1.500
IV. Contingencias		
Total	USD \$ 13.500	USD \$ 1.500

PERFILES DE PROYECTOS SERVICIOS BÁSICOS

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO Programa de Cooperación Técnica (Fondos Fiduciarios)

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto de CT: Sistema de alumbrado público.

Comunidad Beneficiario: Parroquia de Zumbahua

Institución Ejecutora:

Monto total estimado a ser financiado (US\$): USD \$ 10.000

Monto a ser financiado por el fondo: USD \$ 9.000

Monto a financiarse por otras fuentes (si es aplicable): USD \$ 1.000

Fecha límite para la ejecución: JUNIO – 2013

Fecha límite para el desembolso: MAYO - 2013

II. ANTECEDENTES

El cuidado de la salud, tiene mucho que ver con los servicios públicos que el gobierno proporcione, tal es el caso del alumbrado público en la localidad de Zumbahua.

III. OBJETIVO GENERAL/META

Proponer la implementación del sistema de alumbrado público.

IV. PROPÓSITO

El propósito principal es establecer el sistema de alumbrado público, de esta manera mejorar las condiciones de vida del sector.

V. DESCRIPCIÓN (Componentes y Actividades)

Es prioritaria la implementación del Sistema de alumbrado público en el sector de Zumbahua.

VI. PRODUCTOS

Implementación del Sistema de alumbrado publico

VII. JUSTIFICACIÓN

Se logrará la mejora de los habitantes, ya que se trabajará en conjunto con la empresa Eléctrica de Cotopaxi, y El Consejo Provincial de Cotopaxi, La Junta Parroquial de Zumbahua y principalmente el apoyo incondicional de las ONG's internacionales.

Sustentabilidad: Se espera la colaboración de entidades nacionales antes ya descritas y principalmente las ONG's internacionales, ya que por medio de la Cooperación Técnica

Internacional, se puede acceder a préstamos no reembolsables, ya que sólo se exige el 10% del Fondo de Contrapartida Nacional.

VIII. PRESUPUESTO

Categorías Presupuestarias	Fondo IS (US\$)	Contraparte (US\$)
Sistema de alumbrado público.	USD \$ 9.000	USD \$ 1.000
IV. Contingencias		
Total	USD \$ 9.000	USD \$ 1.000

PERFILES DE PROYECTOS SEGURIDAD.

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO **Programa de Cooperación Técnica (Fondos Fiduciarios)**

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto de CT: Creación de Brigadas de seguridad, para Barrios y Comunidades.

Comunidad Beneficiario: Parroquia de Zumbahua

Institución Ejecutora:

Monto total estimado a ser financiado (US\$): USD \$ 10.000

Monto a ser financiado por el fondo: USD \$ 9.000

Monto a financiarse por otras fuentes (si es aplicable): USD \$ 1.000

Fecha límite para la ejecución: JUNIO – 2013

Fecha límite para el desembolso: MAYO - 2013

II. ANTECEDENTES

La seguridad actualmente está afectada por la delincuencia, el establecimiento de brigadas ayudará a mantener el orden en la localidad de Zumbahua.

III. OBJETIVO GENERAL/META

Proponer la implementación de Brigadas de seguridad para la comunidad.

IV. PROPÓSITO

El propósito principal es el de implementar Brigadas de seguridad para la comunidad.

V. DESCRIPCIÓN (Componentes y Actividades)

Es prioritaria la implementación de Brigadas de seguridad para la comunidad.

VI. PRODUCTOS

Implementar Brigadas de seguridad para la comunidad.

VII. JUSTIFICACIÓN

Se logrará la mejora de los habitantes, ya que se trabajará en conjunto con la Policía, El Consejo Provincial de Cotopaxi, La Junta Parroquial de Zumbahua y principalmente el apoyo incondicional de las ONG's internacionales.

- a. **Sustentabilidad:** Se espera la colaboración de entidades nacionales antes ya descritas y principalmente las ONG's internacionales, ya que por medio de la Cooperación Técnica

Internacional, se puede acceder a préstamos no reembolsables, ya que sólo se exige el 10% del Fondo de Contrapartida Nacional.

VIII. PRESUPUESTO

Categorías Presupuestarias	Fondo IS (US\$)	Contraparte (US\$)
Creación de Brigadas de seguridad, para Barrios y Comunidades.	USD \$ 9.000	USD \$ 1.000
IV. Contingencias		
Total	USD \$ 9.000	USD \$ 1.000

PERFILES DE PROYECTOS SEGURIDAD.

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO Programa de Cooperación Técnica (Fondos Fiduciarios)

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto de CT: Logística y elementos policiales.

Comunidad Beneficiario: Parroquia de Zumbahua

Institución Ejecutora:

**Monto total estimado a ser
financiado (US\$):** USD \$ 20.000

**Monto a ser financiado por el
fondo:** USD \$ 18.000

**Monto a financiarse por otras
fuentes (si es aplicable):** USD \$ 2.000

Fecha límite para la ejecución: JUNIO – 2013

**Fecha límite para el
desembolso:** MAYO - 2013

II. ANTECEDENTES

La seguridad actualmente está afectada por la delincuencia, por lo tanto el establecimiento adecuado del respaldo policial, debidamente equipado y el incremento de elementos de la policía, brindará mayor protección a los habitantes de Zumbahua.

III. OBJETIVO GENERAL/META

Incrementar la Logística y elementos policiales en Zumbahua.

IV. PROPÓSITO

El propósito principal es el incrementar la Logística y elementos policiales en Zumbahua.

V. DESCRIPCIÓN (Componentes y Actividades)

Es prioritario el Incrementar la Logística y elementos policiales en la comunidad.

VI. PRODUCTOS

Incrementar la Logística y elementos policiales

VII. JUSTIFICACIÓN

Se logrará la mejora de los habitantes, ya que se trabajará en conjunto con la Policía, El Consejo Provincial de Cotopaxi, La Junta Parroquial de Zumbahua y principalmente el apoyo incondicional de las ONG's internacionales.

- a. **Sustentabilidad:** Se espera la colaboración de entidades nacionales antes ya descritas y principalmente las ONG's internacionales, ya que por medio de la Cooperación Técnica

Internacional, se puede acceder a préstamos no reembolsables, ya que sólo se exige el 10% del Fondo de Contrapartida Nacional.

VIII. PRESUPUESTO

Categorías Presupuestarias	Fondo IS (US\$)	Contraparte (US\$)
Logística y elementos policiales.	USD \$ 18.000	USD \$ 2.000
IV. Contingencias		
Total	USD \$ 18.000	USD \$ 2.000

PERFILES DE PROYECTOS MEDIO AMBIENTE

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO **Programa de Cooperación Técnica (Fondos Fiduciarios)**

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto de CT: Establecer normas ambientales que regulen el manejo sustentable de los recursos naturales.

Comunidad Beneficiario: Parroquia de Zumbahua

Institución Ejecutora:

Monto total estimado a ser financiado (US\$): USD \$ 5.000

Monto a ser financiado por el fondo: USD \$ 4.500

Monto a financiarse por otras fuentes (si es aplicable): USD \$ 500

Fecha límite para la ejecución: MARZO – 2013

Fecha límite para el desembolso: FEBRERO - 2013

II. ANTECEDENTES

En un planeta tan contaminado como la Tierra, es prioritario cuidar el medio ambiente, para lo cual es imprescindible proponer normas ambientales que regulen y sostengan los recursos naturales, especialmente en la localidad de Zumbahua.

III. OBJETIVO GENERAL/META

Establecer normas ambientales que regulen el manejo sustentable de los recursos naturales en Zumbahua.

IV. PROPÓSITO

El propósito principal es establecer normas ambientales que regulen el manejo sustentable de los recursos naturales en Zumbahua.

V. DESCRIPCIÓN (Componentes y Actividades)

Al establecer normas ambientales para la localidad de Zumbahua, se está previniendo, salvaguardando la vida de los descendientes de la misma.

VI. PRODUCTOS

Normas ambientales que regulen el manejo sustentable de los recursos naturales en Zumbahua.

VII. JUSTIFICACIÓN

Se logrará la mejora de los habitantes, ya que se trabajará en conjunto con el Ministerio de Medio Ambiente, El Consejo Provincial de Cotopaxi, La Junta Parroquial de Zumbahua y principalmente el apoyo incondicional de las ONG's internacionales.

- a. **Sustentabilidad:** Se espera la colaboración de entidades nacionales antes ya descritas y principalmente las ONG's internacionales, ya que por medio de la Cooperación Técnica

Internacional, se puede acceder a préstamos no reembolsables, ya que sólo se exige el 10% del Fondo de Contrapartida Nacional.

VIII. PRESUPUESTO

Categorías Presupuestarias	Fondo IS (US\$)	Contraparte (US\$)
Establecer normas ambientales que regulen el manejo sustentable de los recursos naturales en Zumbahua.	USD \$ 4.500	USD \$ 500
IV. Contingencias		
Total	USD \$ 4.500	USD \$ 500

PERFILES DE PROYECTOS MEDIO AMBIENTE

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO Programa de Cooperación Técnica (Fondos Fiduciarios)

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto de CT: Capacitar a la población en el manejo de normas ambientales.

Comunidad Beneficiario: Parroquia de Zumbahua

Institución Ejecutora:

Monto total estimado a ser financiado (US\$): USD \$ 5.000

Monto a ser financiado por el fondo: USD \$ 4.500

Monto a financiarse por otras fuentes (si es aplicable): USD \$ 500

Fecha límite para la ejecución: MARZO – 2013

Fecha límite para el desembolso: FEBRERO - 2013

II. ANTECEDENTES

En un planeta tan contaminado como la Tierra, es prioritario cuidar el medio ambiente, para lo cual es imprescindible incentivar a la población en la aplicación de normas ambientales que regulen y sostengan los recursos naturales, especialmente en la localidad de Zumbahua.

III. OBJETIVO GENERAL/META

Capacitar a la población en el manejo de normas ambientales.

IV. PROPÓSITO

El propósito principal capacitar a la población en el manejo de normas ambientales en Zumbahua.

V. DESCRIPCIÓN (Componentes y Actividades)

Al establecer el cumplimiento de normas ambientales para la localidad de Zumbahua, se está previniendo, salvaguardando la vida de los descendientes de la misma.

VI. PRODUCTOS

Capacitar a la población en el manejo de normas ambientales que regulen el manejo sustentable de los recursos naturales en Zumbahua.

VII. JUSTIFICACIÓN

Se logrará la mejora de los habitantes, ya que se trabajará en conjunto con el Ministerio de Medio Ambiente, El Consejo Provincial de Cotopaxi, La Junta Parroquial de Zumbahua y principalmente el apoyo incondicional de las ONG's internacionales.

- a. **Sustentabilidad:** Se espera la colaboración de entidades nacionales antes ya descritas y principalmente las ONG's internacionales, ya que por medio de la Cooperación Técnica

Internacional, se puede acceder a préstamos no reembolsables, ya que sólo se exige el 10% del Fondo de Contrapartida Nacional.

VIII. PRESUPUESTO

Categorías Presupuestarias	Fondo IS (US\$)	Contraparte (US\$)
Capacitar a la población en el manejo de normas ambientales.	USD \$ 4.500	USD \$ 500
IV. Contingencias		
Total	USD \$ 4.500	USD \$ 500

PERFILES DE PROYECTOS CULTURALES.

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO **Programa de Cooperación Técnica (Fondos Fiduciarios)**

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto de CT: Recuperación progresiva del idioma Quichua y su etnia.

Comunidad Beneficiario: Parroquia de Zumbahua

Institución Ejecutora:

Monto total estimado a ser financiado (US\$): USD \$ 5.000

Monto a ser financiado por el fondo: USD \$ 4.500

Monto a financiarse por otras fuentes (si es aplicable): USD \$ 500

Fecha límite para la ejecución: MARZO – 2013

Fecha límite para el desembolso: FEBRERO - 2013

II. ANTECEDENTES

El no perder las raíces culturales y manejar adecuadamente la globalización, ayudará a mantener la identidad cultural, especialmente en la localidad de Zumbahua.

III. OBJETIVO GENERAL/META

Incentivar a la recuperación progresiva del idioma Quechua y su etnia

IV. PROPÓSITO

El propósito principal es el de recuperación progresiva del idioma Quechua y su etnia en la localidad de Zumbahua.

V. DESCRIPCIÓN (Componentes y Actividades)

El incentivar la recuperación progresiva del idioma Quechua y su etnia en la localidad de Zumbahua, mediante cursos, inclusión en mallas académicas de las escuelas y colegio, y demás eventos, beneficiará a la consecución de este objetivo.

VI. PRODUCTOS

Incentivar a la población en la recuperación progresiva del idioma Quechua y su etnia.

VII. JUSTIFICACIÓN

Se logrará la mejora de los habitantes, ya que se trabajará en conjunto con el Ministerio de Cultura, El Consejo Provincial de Cotopaxi, La Junta Parroquial de Zumbahua y principalmente el apoyo incondicional de las ONG's internacionales.

- a. **Sustentabilidad:** Se espera la colaboración de entidades nacionales antes ya descritas y principalmente las ONG's internacionales, ya que por medio de la Cooperación Técnica

Internacional, se puede acceder a préstamos no reembolsables, ya que sólo se exige el 10% del Fondo de Contrapartida Nacional.

VIII. PRESUPUESTO

Categorías Presupuestarias	Fondo IS (US\$)	Contraparte (US\$)
Recuperación progresiva del idioma Quechua y su etnia	USD \$ 4.500	USD \$ 500
IV. Contingencias		
Total	USD \$ 4.500	USD \$ 500

PERFILES DE PROYECTOS CULTURAL.

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO **Programa de Cooperación Técnica (Fondos Fiduciarios)**

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto de CT: Incentivos y motivación para la participación en eventos culturales.

Comunidad Beneficiario: Parroquia de Zumbahua

Institución Ejecutora:

Monto total estimado a ser financiado (US\$): USD \$ 10..000

Monto a ser financiado por el fondo: USD \$ 9.000

Monto a financiarse por otras fuentes (si es aplicable): USD \$ 1000

Fecha límite para la ejecución: MARZO – 2013

Fecha límite para el desembolso: FEBRERO - 2013

II. ANTECEDENTES

El no perder las raíces culturales y manejar adecuadamente la globalización, ayudara a mantener la identidad cultural, especialmente en la localidad de Zumbahua, esto se podrá lograr con el incentivo a eventos culturales.

III. OBJETIVO GENERAL/META

Incentivar y motivar la participación en eventos culturales.

IV. PROPÓSITO

El propósito principal es el de incentivar y motivar para la participación en eventos culturales en la localidad de Zumbahua.

V. DESCRIPCIÓN (Componentes y Actividades)

El incentivar y motivar para la participación en eventos culturales, mediante concursos, ferias artesanales y demás eventos, beneficiará a la consecución de este objetivo.

VI. PRODUCTOS

Incentivos y motivación para la participación en eventos culturales.

VII. JUSTIFICACIÓN

Se logrará la mejora de los habitantes, ya que se trabajará en conjunto con el Ministerio de Cultura, El Consejo Provincial de Cotopaxi, La Junta Parroquial de Zumbahua y principalmente el apoyo incondicional de las ONG's internacionales.

- a. **Sustentabilidad:** Se espera la colaboración de entidades nacionales antes ya descritas y principalmente las ONG's internacionales, ya que por medio de la Cooperación Técnica

Internacional, se puede acceder a préstamos no reembolsables, ya que sólo se exige el 10% del Fondo de Contrapartida Nacional.

VIII. PRESUPUESTO

Categorías Presupuestarias	Fondo IS (US\$)	Contraparte (US\$)
Incentivos y motivación para la participación en eventos culturales.	USD \$ 9.000	USD \$ 1.000
IV. Contingencias		
Total	USD \$ 9.000	USD \$ 1.000

PERFILES DE PROYECTOS INSTITUCIONAL.

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO **Programa de Cooperación Técnica (Fondos Fiduciarios)**

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto de CT: Sólida Organización Institucional.

Comunidad Beneficiario: Parroquia de Zumbahua

Institución Ejecutora:

Monto total estimado a ser financiado (US\$): USD \$ 5.000

Monto a ser financiado por el fondo: USD \$ 4.500

Monto a financiarse por otras fuentes (si es aplicable): USD \$ 500

Fecha límite para la ejecución: MARZO – 2013

Fecha límite para el desembolso: FEBRERO - 2013

II. ANTECEDENTES

El poder gestionar las necesidades, proyectos y aspiraciones de la parroquia de Zumbahua, permitirá aprovechar de mejor manera los recursos puestos a la disposición de los mismos.

III. OBJETIVO GENERAL/META

Consolidar la organización Institucional.

IV. PROPÓSITO

El propósito principal es el de lograr una sólida Organización Institucional en la localidad de Zumbahua.

V. DESCRIPCIÓN (Componentes y Actividades)

El ser una organización consolidada y respaldada por la localidad y el gobierno central, beneficiará directamente a los pobladores de la misma.

VI. PRODUCTOS

Sólida Organización Institucional, respaldada con estamentos aprobados.

VII. JUSTIFICACIÓN

Se logrará la mejora de los habitantes, ya que se trabajará en conjunto con el Consejo Provincial de Cotopaxi, La Junta Parroquial de Zumbahua y principalmente el apoyo incondicional de las ONG's internacionales.

- a. **Sustentabilidad:** Se espera la colaboración de entidades nacionales antes ya descritas y principalmente las ONG's internacionales, ya que por medio de la Cooperación Técnica Internacional, se puede acceder a préstamos no reembolsables, ya que solo se exige el 10% del Fondo de Contrapartida Nacional.

VIII. PRESUPUESTO

Categorías Presupuestarias	Fondo IS (US\$)	Contraparte (US\$)
Sólida Organización Institucional.	USD \$ 4.500	USD \$ 500
IV. Contingencias		
Total	USD \$ 4.500	USD \$ 500

PERFILES DE PROYECTOS INSTITUCIONAL.

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO Programa de Cooperación Técnica (Fondos Fiduciarios)

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto de CT:	Eficiente Gestión Institucional.
Comunidad Beneficiario:	Parroquia de Zumbahua
Institución Ejecutora:	
Monto total estimado a ser financiado (US\$):	USD \$ 3.000
Monto a ser financiado por el fondo:	USD \$ 2.700
Monto a financiarse por otras fuentes (si es aplicable):	USD \$ 300
Fecha límite para la ejecución:	MARZO – 2013
Fecha límite para el desembolso:	FEBRERO - 2013

II. ANTECEDENTES

El poder gestionar las necesidades, proyectos y aspiraciones de la parroquia de Zumbahua de manera eficiente, efectiva y eficaz, permitirá aprovechar de mejor manera los recursos puestos a la disposición de los mismos.

III. OBJETIVO GENERAL/META

Desarrollar la gestión Institucional.

IV. PROPÓSITO

El propósito principal es el de lograr una eficiente Gestión Institucional, en la localidad de Zumbahua.

V. DESCRIPCIÓN (Componentes y Actividades)

El ser una organización consolidada y respaldada por la localidad y el gobierno central, beneficiará directamente a los pobladores de la misma, especialmente si se realizan actividades en función de conseguir los logros esperados por la comunidad.

VI. PRODUCTOS

Eficiente Gestión Institucional., respaldada con estamentos aprobados y logros obtenidos

VII. JUSTIFICACIÓN

Se logrará la mejora de los habitantes, ya que se trabajará en conjunto con el Consejo Provincial de Cotopaxi, La Junta Parroquial de Zumbahua y principalmente el apoyo incondicional de las ONG's internacionales.

- a. **Sustentabilidad:** Se espera la colaboración de entidades nacionales antes ya descritas y principalmente las ONG's internacionales, ya que por medio de la Cooperación Técnica

Internacional, se puede acceder a préstamos no reembolsables, ya que sólo se exige el 10% del Fondo de Contrapartida Nacional.

VIII. PRESUPUESTO

Categorías Presupuestarias	Fondo IS (US\$)	Contraparte (US\$)
Eficiente Gestión Institucional.	USD \$ 2.700	USD \$ 300
IV. Contingencias		
Total	USD \$ 2.700	USD \$ 300

PERFILES DE PROYECTOS TURISMO - COMUNITARIO

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO Programa de Cooperación Técnica (Fondos Fiduciarios)

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto de CT: Construcción de un Centro Turístico “Zumbahua”.

Comunidad Beneficiario: Parroquia de Zumbahua

Institución Ejecutora:

Monto total estimado a ser financiado (US\$): USD \$ 242.312

Monto a ser financiado por el fondo: USD \$ 218.081

Monto a financiarse por otras fuentes (si es aplicable): USD \$ 24.231

Fecha límite para la ejecución: JUNIO – 2013

Fecha límite para el desembolso: FEBRERO - 2013

II. ANTECEDENTES

La necesidad urgente de un Centro Turístico “Zumbahua” adecuado para el turismo comunitario, es imprescindible para salvaguardar la sostenibilidad de los habitantes del lugar.

III. OBJETIVO GENERAL/META

Construir un Centro Turístico en “Zumbahua” adecuado que cumpla con las normas del Ministerio de Turismo.

IV. PROPÓSITO

El propósito principal es el de Construcción de un Centro Turístico “Zumbahua” óptimo, para promover los atractivos turísticos del lugar.

V. DESCRIPCIÓN (Componentes y Actividades)

La construcción de un Centro Turístico “Zumbahua”, beneficiará directamente a las comunidades aledañas, esto dinamizará la economía del sector incrementando las condiciones de vida de sus habitantes.

VI. PRODUCTOS

Servicios de hospedaje, alimentación, distracción al turista nacional e internacional en conjunto con la participación comunitaria de la población de la Parroquia Zumbahua.

VII. JUSTIFICACIÓN

Se logrará la mejora de los habitantes, ya que se trabajará en conjunto con el Consejo Provincial de Cotopaxi, La Junta Parroquial de Zumbahua y principalmente el apoyo incondicional de las ONG’s internacionales.

- a. **Sustentabilidad:** Se espera la colaboración de entidades nacionales antes ya descritas y principalmente las ONG’s internacionales, ya que por medio de la Cooperación Técnica

Internacional, se puede acceder a préstamos no reembolsables, ya que sólo se exige el 10% del Fondo de Contrapartida Nacional.

VIII. PRESUPUESTO

Categorías Presupuestarias	Fondo IS (US\$)	Contraparte (US\$)
Construcción de un Centro Turístico “Zumbahua”.	USD \$ 242.312	USD \$ 24.231
IV. Contingencias		
Total	USD \$ 242.312	USD \$ 24.231

Nota: Para mayor información ver anexo 2

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Cabe indicar que en la presente investigación se cumplió las tres hipótesis planteadas, así:

- **Hipótesis No. 1.-** “El adecuado diagnóstico situacional del Turismo Comunitario en la PARROQUIA ZUMBAHUA, favorecerá al establecimiento e interpretación de resultados de la misma.”, la misma que se cumplió al desarrollar el segundo capítulo relacionado con la “Oferta Turística”.
- **Hipótesis No. 2.-** “La determinación de la oferta y demanda real del turismo en la PARROQUIA de ZUMBAHUA, y a nivel nacional, hará viable el proyecto.” la misma que se cumplió al desarrollar el tercer capítulo relacionado con la “Demanda Turística”.
- **Hipótesis No. 3.-** “Un adecuado Plan de acción para incrementar el Turismo Comunitario, influirá positivamente en el desarrollo del aparato productivo nacional y el de la Parroquia.” la misma que se cumplió al desarrollar el cuarto capítulo relacionado con el “PLAN DE TURISMO COMUNITARIO PARA INCREMENTAR EL TURISMO COMUNITARIO DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA
- El Turismo no sólo impacta al propio sector económico, sino que además influye fuertemente en los resultados de otros sectores, tal es así, que requiere fundamentarse en ejes transversales que permita el incremento de su desarrollo como actividad productiva.
- La información obtenida mediante las encuestas de oferta y demanda turística, nos han permitido recopilar información importante para el desarrollo del presente proyecto.
- En relación al sector turístico cabe señalar que en el año 2011 y el año 2012 se encuentra en el tercer lugar de la Balanza Comercial, cifras que motivan a la realización del presente proyecto.

- En este sentido se contemplan dos aspectos que se encuentran vinculados entre sí: por un lado, el aspecto cuantitativo y que se refiere al dimensionamiento de la demanda actual y a sus proyecciones futuras y por otro lado el enfoque cualitativo, que considera las diferentes variables que influyen o determinan la demanda, comprende además, lo referente a comercialización, la cual se refiere al movimiento entre productores y usuarios.
- Para conocer adecuadamente la demanda se realizó la encuesta, mediante la cual se obtuvo la característica de la demanda investigada; además, para que una encuesta tenga éxito y cumpla con el objetivo propuesto, se tiene que diseñar y seleccionar correctamente las preguntas que irán en la misma.
- La Parroquia Zumbahua tiene un tremendo potencial para el desarrollo del turismo comunitario ya sea por su entorno natural, tradiciones ancestrales, calidez de su gente y el deseo de compartir sus vivencias con los turistas, tanto nacionales como extranjeros.
- Los participantes identifican las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas relacionadas con la Parroquia. La herramienta FODA sirve para un macro-análisis de la Parroquia y es uno de los primeros pasos que deben analizarse en la planificación de un proyecto.
- Los servicios de salud en el Ecuador carecen de una visión sistémica en cuanto a cobertura, calidad y eficiencia, lo cual se agrava por las consecuencias de una crisis económica, social y política que abarca todas las estructuras organizativas de la nación. Todo este panorama se refleja en los bajos niveles de vida y de salud del país, uno de los más pobres del continente, consecuencia del deterioro escalonado sufrido en los servicios de salud que ofrece el país, lo que ha deteriorado la confianza de los usuarios del sector.
- La Metodología de los Árboles de Problemas y Soluciones es una herramienta para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos. Su énfasis está centrado en la orientación por objetivos, la orientación hacia grupos beneficiarios y en facilitar la participación y la comunicación entre las partes interesadas.
- El objetivo fundamental del Plan de Turismo Comunitario Parroquial ha consistido en promover la descentralización de la administración local y transferir su ámbito de acción a

las organizaciones comunitarias. La característica más relevante de esta experiencia ha sido la participación de la sociedad civil organizada, que ha compartido la responsabilidad del poder político y el uso de los recursos existentes con sus principales actores. La iniciativa ha sido puesta en práctica en base a la concertación social, que ha facilitado un elevado nivel de participación por parte de los ciudadanos, así como su incorporación al proceso de toma de decisiones y a la realización de este proyecto.

- El éxito de este Plan de Turismo Comunitario de los barrios y comunidades del sector de Zumbahua se deberá fundamentalmente a la labor desempeñada por el Alcalde de la Municipalidad de Pujilí, a la participación de sus concejales y al sentido de la responsabilidad demostrado por los líderes de la población de Zumbahua.

5.2. RECOMENDACIONES

- Crear espacios para el consenso entre las organizaciones parroquiales y las autoridades locales.
- Llegar a un acuerdo con la sociedad civil organizada sobre las prioridades y el uso de los recursos existentes, con el fin de incorporar el presupuesto participativo, a los cuales se sumará la contribución de los residentes a la Seguridad Social.
- Reforzar las organizaciones comunitarias, con el fin de prepararlas para asumir el reto de la descentralización.
- Dar importancia principalmente ejes transversales tales como: Turismo Sostenible, el mismo que se enfoca en ser un elemento indispensable para este trabajo de investigación, ya que requiere manejar criterios como; el ser sostenible ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo ética y socialmente para la Parroquia Zumbahua, logrando que éstas se beneficien de esta actividad económica y puedan mejorar su calidad de vida.
- Analizar una propuesta de la creación de una Hostería en la Parroquia Zumbahua, en la Provincia de Cotopaxi, determinando la inversión requerida, dejando en claro que es de suma preponderancia, elaborar desde un inicio un Proyecto de Factibilidad que permita

investigar la viabilidad del desarrollo turístico que se aspira realizar en la zona, establecer pues, si vale la pena utilizar esfuerzo y recursos, asimismo especificar el alcance que tendrá y qué tipo de condiciones necesitará ésta para desarrollarse con éxito y asertivamente.

- Que los directivos se sientan cómodos para la toma de decisiones en un entorno cambiante, y que acoplen sistemáticamente las estrategias funcionales y decisiones operativas con las estratégicas de mayor rango.
- Establecer una diferencia con la competencia con lo cual se deberá seleccionar cuidadosamente al empleado, fijándose en las habilidades necesarias y conocimientos adicionales requeridos, pues deben servir a los clientes de manera muy eficiente y con mucha paciencia ya que es un mercado muy especial.
- Definir el tamaño que tendrá el proyecto es importante y se manifestará principalmente en su incidencia sobre el nivel de inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.
- Implementar una infraestructura turística bien diseñada y administrada adecuadamente la cual permitirá cumplir con los requerimientos del Turismo Comunitario, que son el rescate y el fortalecimiento de la identidad local, el establecimiento de una economía solidaria, el desarrollo integral de la Parroquia Zumbahua para elevar su calidad de vida con sostenibilidad y sustentabilidad.
- Realizar el análisis financiero que será un instrumento contable importante, por cuanto permite determinar el comportamiento de ingresos y egresos de la empresa, es decir el movimiento de efectivo.

ANEXO No. 1
CARTA DE AUTORIZACION



Gobierno Municipal del Cantón Pujilí
ALCALDÍA

Oficio N. 0169-GMP-A-2011.
Pujilí, marzo 10 de 2011.

Señor Econ.
Marco Pozo
DECANO DE LA FACULTAD DE FINANZAS
UNIVERSIDAD CENTRAL EL ECUADOR
Quito.-

De mis consideraciones:

A nombre del Gobierno Municipal y de la ciudadanía pujilense a la cual me honro en representar, expreso a usted el saludo cordial y el deseo porque las funciones que realiza sean positivas para el bienestar de la juventud ecuatoriana.

Me permito manifestarle que el suscrito autoriza a los señores Carlos Omar Salcedo Torres y Dosthin Daniel Sarabia Porras, estudiantes de la Facultad de Finanzas que dirige, para que realicen el proyecto de turismo comunitario en la Parroquia Zumbahua, del Cantón Pujilí.

Hago propicia la ocasión para reiterarle los sentimientos de mi más alta consideración y estima,

Atentamente


Econ. Gustavo Cañar Viteri
ALCALDE DEL GOBIERNO MUNICIPAL



E-mail: mun_pujili@andinanet.net

García Moreno 5-00 y Rocafuerte

Telfs: (03) 272 3119 / (03) 272 3147 - Fax: (03) 2723 147

Pujilí - Ecuador

ANEXO No. 2

DESARROLLO FINANCIERO DEL PROYECTO DE TURISMO COMUNITARIO

ACTIVIDADES RESPONSABLES Y TIEMPOS.

VISITA A LA PARROQUIA ZUMBAHUA ITINERARIO DESCRIPTIVO

El tour empieza en Quito (hotel). Se tomará un vehículo privado confortable. La ruta empieza admirando la salida de la ciudad de Quito, tomando la Vía Oriental hacia el sur. La primera parada se realizara en un mirador de la Loma de Puengasí, desde donde admiraremos el centro y sur de la ciudad teniendo como fondo la Cordillera Occidental de los Andes. Desde este punto cuando está despejado observaremos dos volcanes, el Ruco y Guagua Pichincha, este último tuvo una impresionante erupción de cenizas en el siglo XIX. Se continuará por la ruta Panamericana Sur a lo largo de la Avenida de los Volcanes.

En este trayecto se observará la montaña El Corazón, luego los Illinizas Norte y Sur. Al lado izquierdo se observa el parque nacional; luego al lado derecho, en la Cordillera Oriental se levanta el imponente volcán Cotopaxi, un perfecto cono volcánico cubierto de nieve.

En el trayecto se viajará por las hermosas campiñas al lado y lado de la carretera, sus campos parecen un poncho multicolor remendado con diferentes gamas de verdes. A lo largo de este tramo se encuentran los pequeños pueblos pintorescos como Tambillo y Aloag, por donde nos dirigiremos a la hermosa ciudad de Latacunga.

Al llegar a la Parroquia de Zumbahua, los habitantes estarán listos para recibir a los turistas para cumplir con el programa de visitas desde 4 horas, hasta el programa de dos días. (ver programa operativo)

Después de la sesión de fotos, compra de souvenirs y haber compartido con los miembros de la Parroquia acerca de sus costumbres ancestrales, tradiciones, comida típica, música y danza estarán satisfechos de regresar a casa con el deseo de compartir estas enriquecedoras experiencias con sus familiares y amigos.

El viaje de regreso será directo a Quito, hasta el lugar de partida.

ITINERARIO OPERATIVO

DIA	HORARIO	ACTIVIDAD	OBSERVACIONES
1	8:00	Salida del Hotel en Quito	
1	11:00	Llegada a la ciudad de Latacunga	
1	11.20	Llegada a la Parroquia de Pujili	
1	12:00	Visita al Centro Histórico de Pujili	
1	12.30	Salida de la Parroquia de Zumbahua	
1	1:30	Llegada a la Parroquia de Zumbahua	
1	1:30	Recibimiento y entrega de sourviners	
1	2:30	Almuerzo en el Centro Turístico	
1	5:00	Demostración del ordeño de las vacas y la trasquilación de ovejas.	
1	7:00	Cena en el Centro Turístico	
1	9:00	Fogata y Danzantes del Lugar a orillas del Volcán Quilotoa	
2	8:00	Desayuno en el Centro Turístico	
2	9:00	Practicar el cultivo de papas	
2	11:00	Brake tradicional	
2	1:00	Almuerzo en el Mercado de Pujili	
2	3:00	Viaje directo a Quito	
2	6:00	Llegada al Hotel a Quito	

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Autores

Al llegar a la Parroquia, los comuneros estarán listos para recibir a los turistas para cumplir con el programa de dos días.

Para visitantes que permanecerán en la Parroquia o en el hotel está previsto el siguiente programa: En la tarde se visitará las casas de las familias del sector, para compartir la forma de vida de los miembros de la Parroquia. Visita a sus granjas de cultivo, la crianza de animales tales como aves, porcinos que son elementos útiles para su subsistencia.

En la noche se realizará una charla fogonera; se compartirá un refrigerio y una bebida típica del lugar. Este será el tiempo para conocer más acerca de su cultura.

Al siguiente día habrá un desayuno tradicional preparado por los miembros de la Parroquia y los turistas. Después del desayuno habrá una caminata por los alrededores de la Parroquia para conocer el área agrícola y proceder al ordeño de las vacas, los principales productos de la región: y, conocer la flora y fauna del sector.

El viaje de regreso será directo a Quito, hasta el lugar de partida.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Se realizará alianzas estratégicas con:

- Entidades educativas especializadas en turismo, siendo estas Colegios y Universidades de las provincias de Cotopaxi, Tungurahua y Pichincha.
- Además en relación al sector Hotelero, se realizará convenios con Agencias de Viajes, Hoteles.
- Convenios con medios de comunicación como: radios, canales de televisión y medios de prensa escrita. El costo de dichos convenios se establecerá por comisión, es decir de acuerdo a los turistas que visiten la Parroquia Zumbahua

ESTIMACIÓN DE COSTOS.

Finalmente, y para complementar la definición estratégica, sus objetivos y prioridades de productos y mercados hay que definir la inversión promocional que haga posible todo el conjunto.

De acuerdo con el análisis de las inversiones promocionales realizadas por otras Parroquias indígenas de referencia, su volumen actual de turistas y los objetivos de captación, se estima que el volumen de inversión promocional necesario para la Parroquia Zumbahua sería de US\$ **242.312,00** para el año 2012, presupuesto que deberá ser actualizado anualmente según el índice de precios de los mercados principales.

EVALUACIÓN FINANCIERA

Aplicaciones que las personas naturales o jurídicas dan a sus fondos, tanto propios como ajenos, y que se realiza con el ánimo de obtener una rentabilidad o beneficio futuro.

Las decisiones de inversión son muy importantes pues implican la asignación de grandes sumas de dinero por un período de largo plazo, de esto dependerá el éxito o el fracaso de una organización. Las inversiones tienen relación directa para poner en marcha el proyecto, así como la forma en que se financiarían dichas inversiones.

Por lo tanto las inversiones, determinan la cuantificación de todo aquello que la empresa requiere para operar y generar un bien o servicio; estas inversiones pueden clasificarse en tres grandes rubros que son:

CLASIFICACIÓN DE LAS INVERSIONES

ACTIVOS FIJOS.

Conjunto de elementos patrimoniales adscritos a la sociedad de forma imprescindible para la propia actividad de la misma, se denominan también activos tangibles.¹

ACTIVOS DIFERIDOS

Está integrado por valores cuya rentabilidad está condicionada generalmente, por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso se convertirán en gastos.

Así, se pueden mencionar los gastos de instalaciones, las primas de seguro, patentes de inversión, marcas, de diseños comerciales o industriales, asistencia técnica.

CAPITAL DE TRABAJO

Son aquellos que la empresa necesita para operar en un período de explotación.

Se puede decir que una empresa tiene un capital neto de trabajo cuando sus activos corrientes son mayores que sus pasivos a corto plazo, esto conlleva a que si una organización empresarial desea empezar alguna operación comercial o de producción debe manejar un mínimo de capital de trabajo que dependerá de la actividad a emprender.

¹ NASSIR, Sapag, Chain, “Formulación y Evaluación de Proyectos”, Pág. 54, Ed. Mc Graw Hill, Bogotá, 2003

El Capital de trabajo se sustenta en la medida en la que se pueda hacer un buen manejo sobre el nivel de liquidez, ya que mientras más amplio sea el margen entre los activos corrientes que posee la organización y sus pasivos circulantes, mayor será la capacidad de cubrir las obligaciones a corto plazo; el capital de trabajo permitirá financiar la primera producción antes de recibir ingresos.

INVERSIÓN TOTAL.

La inversión está dada por los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, para el inicio de la ejecución del proyecto es necesario invertir en Activos Fijos: 208.204,82 USD, en Activos Diferidos: 1.760,00 USD, y, en Capital de Trabajo: 5.796,58 USD, por lo tanto la inversión total del proyecto es de **242.312,00 USD**, la misma que se encuentra financiada por recursos propios y de terceros, para la puesta en marcha del proyecto.

INVERSIÓN TOTAL

INVERSIÓN	
Activos Fijos	234.755,42
Activos Diferidos	1.760,00
Capital de Trabajo	5.796,58
Inversión Total	242.312,00

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Autores.

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS O TANGIBLES.

INVERSIÓN FIJA

COSTO	TOTAL USD.
Construcción	143.260,97
Vehículo	53.733,60
Maquinaria y Equipo	3.352,74
Utensilios y Accesorios	1.079,61
Equipo para plantas	70,38
Equipos de Computación	4.197,30
Mantelería	1.599,36
Equipos de Oficina	1.958,40
Equipo para habitaciones	16.205,76
Muebles y Enseres	2667,30
Terreno	6.630,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	234.755,42

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

CONSTRUCCIONES POR ETAPAS

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
RESUMEN DE VALORES POR ETAPAS				
ETAPA # 1	M ²	146,00	176,79	25.811,34
ETAPA # 2	M ²	135,00	353,58	47.733,30
ETAPA # 3	M ²	112,00	229,83	25.740,96
ETAPA # 4		96,00	229,93	22.073,28
ETAPA # 5		135,00	141,43	19.093,05
SUBTOTAL				140.451,93
2% Imprevistos				2.809,04
TOTAL				143.260,97

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

MAQUINARIA Y EQUIPO

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Campana extractora de olores	Unidad	1	550	550,00
Cocina industrial 3 quemadores, plancha	Unidad	1	560	560,00
Lavabo de 2 pozos	Unidad	2	640	1.280,00
Microondas	Unidad	1	130	130,00
Refrigeradora	Unidad	1	430	430,00
Licuadaora	Unidad	1	50	50,00
Cilindro de gas	Unidad	2	60	120,00
Balanza	Unidad	1	35	35,00
Cafetera	Unidad	1	102	102,00
Extintor	Unidad	1	30	30,00
SUBTOTAL				3.287,00
2% Imprevistos				65,74
TOTAL				3.352,74

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

VEHÍCULO

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Furgoneta de pasajeros Kia	Unidad	1	16.000,00	16.000,00
Camioneta Toyota Hi Lux	Unidad	1	17.000,00	17.000,00
SUBTOTAL				33.000,00
2% Imprevistos				660
TOTAL				33.660,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

UTENSILLOS Y ACCESORIOS

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Sartén	Unidad	3	26,37	79,11
Cuchillo Panero	Unidad	2	5,49	10,98
Cuchillo Cebollero	Unidad	2	5,09	10,18
Mini horno	Unidad	1	55	55,00
Asador	Unidad	1	5	5,00
Exprimidor	Unidad	2	56,7	113,40
Espátula	Unidad	2	3,9	7,80
Bowls Medianos	Unidad	5	7,8	39,00
Cacerolas	Unidad	6	10	60,00
Tabla para picar	Unidad	3	8,9	26,70
Cernidor	Unidad	4	3,46	13,84
Puntilla	Unidad	2	1,47	2,94
Jarra Medidora	Unidad	2	18,71	37,42
Salero	Unidad	5	2,25	11,25
Pelador	Unidad	2	3,33	6,66
Rallador	Unidad	1	7,45	7,45
Abrelatas	Unidad	1	21	21,00
Batidora	Unidad	1	47	47,00
Pinzas multiuso	Unidad	3	1,75	5,25
Molde de Pastelería	Unidad	3	12,75	38,25
Vajilla	juegos	6	35	210,00
Cubiertos	juegos	6	12,75	76,50
Basurero	Unidad	3	13	191,06
SUBTOTAL				1.075,79
2% Imprevistos				3,82
TOTAL				1.079,61

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

EQUIPOS DE OFICINA

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Teléfono	Unidad	4	30,00	120,00
Central Telefónica	Unidad	1	1.700,00	1.700,00
Fax	Unidad	1	100,00	100,00
Calculadora	Unidad	5	15,00	75,00
Papelera	Unidad	5	8,00	40,00
Basurero	Unidad	5	2,00	10,00
Grapadora	Unidad	5	2,00	10,00
Perforadora	Unidad	5	3,00	15,00
SUBTOTAL				2.070,00
2% Imprevistos				41,40
TOTAL				2.111,40

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

EQUIPO PARA HABITACIONES

EQUIPO PARA HABITACIONES				
Mesas para restaurante	Unidad	7	50,00	350,00
Sillas	Unidad	28	10,00	280,00
Manteles	Unidad	14	8,00	112,00
Counter	Unidad	1	200,00	200,00
Bar	Unidad	1	200,00	200,00
Cama 1 1/2 plazas	Unidad	16	250,00	4.000,00
Cama 2 plazas	Unidad	12	300,00	3.600,00
Literas	Unidad	3	350,00	1.050,00
Cómodas	Unidad	12	350,00	4.200,00
Veladores	Unidad	21	80,00	1.680,00
Lámparas de noche	Unidad	18	12,00	216,00

SUBTOTAL				15.888,00
2% Imprevistos				317,76
TOTAL				16.205,76

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadora	Unidad	4	700,00	2.800,00
Impresora multifunción	Unidad	1	415,00	415,00
Servidor	Unidad	1	900,00	900,00
SUBTOTAL				4.115,00
2% Imprevistos				82,30
TOTAL				4.197,30

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

MUEBLES Y ENSERES

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorio	Unidad	5	230,00	1.150,00
Silla giratoria	Unidad	5	65,00	325,00
Sillas	Unidad	30	18,00	540,00
Archivador	Unidad	5	120,00	600,00
SUBTOTAL				2.615,00
2% Imprevistos				52,30
TOTAL				2.667,30

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

MANTELERÍA

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Juego de Sabanas (1 1/2 plazas)	Unidad	44	6,00	264,00
Juego de Sabanas (2 plazas)	Unidad	24	7,00	168,00
Cobijas (1 1/2 plazas)	Unidad	44	10,00	440,00
Cobijas (2 plazas)	Unidad	24	12,00	288,00
Almohadas	Unidad	48	5,00	240,00
Juegos de toallas	Unidad	24	7,00	168,00
SUBTOTAL				1.568,00
2% Imprevistos				31,36
TOTAL				1.599,36

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

EQUIPOS PARA PLANTAS

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Palas	Unidad	3	5,00	15,00
Rastrillos	Unidad	3	6,00	18,00
Tijeras	Unidad	3	4,00	12,00
Pico	Unidad	3	8,00	24,00
SUBTOTAL				69,00
2% Imprevistos				1,38
TOTAL				70,38

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS O INTANGIBLES

Las inversiones en activos diferidos o intangibles están representadas por aquellas cuyos beneficios se obtendrán en varios períodos. Este grupo tiene las características de que incluye valores intangibles, es decir está integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en lapso de tiempo se convertirán en gastos.

Dentro de este grupo se encuentran comprendidos los gastos de organización atendidos anticipadamente y que se armonizan o difieren en varias anualidades. Los fondos para atender la amortización de bonos, las reclamaciones tributarias, las cuentas incobrables que se deban amortizarse en varias anualidades y los depósitos de garantía, son cuentas del activo diferido, entre otras.

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

CONCEPTO	VALOR TOTAL USD.
Gasto puesta en marcha	450,00
Gasto de Organización	885,00
Gasto de patentes	425,00
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	1.760,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

GASTOS DE PUESTA EN MARCHA.

Denominada también etapa de prueba, consiste en el conjunto de actividades necesarias para determinar las deficiencias, defectos e imperfecciones de la instalación de la infraestructura de producción, a fin de realizar las correcciones del caso y poner la empresa, para el inicio de su producción normal.

Para empezar el funcionamiento del Centro Turístico “ZUMBAHUA” es necesario realizar inversiones que en un principio constituyen desembolsos que se deben asumir antes de percibir ingresos, de esta manera se transforman en gastos que se incurre hasta que la Hostería alcance su funcionamiento adecuado.

Todos estos rubros están constituidos por capacitación al personal para el funcionamiento del Centro Turístico “ZUMBAHUA”, y la utilización de medios informáticos y electrónicos, que facilitará la iniciación del complejo turístico.

LICENCIAS

CONCEPTO	COSTO USD.
Capacitación al personal	450,00
TOTAL	450,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

GASTOS DE ORGANIZACIÓN.

Constituyen los gastos en que se incurre para la constitución de la compañía, rubros que se deben cancelar por conceptos de trámites legales, éstos comprenden honorarios de abogado, notaría, inscripciones en las instituciones públicas y privadas respectivamente.

GASTOS DE ORGANIZACIÓN

CONCEPTO	COSTO USD.
Honorarios de abogado	600,00
Notario	200,00
Inscripción Captur	60,00
Publicación Registro Oficial	25,00
TOTAL	885,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

CAPITAL DE TRABAJO.

El Capital de Trabajo está representado por el capital adicional, distinto de la inversión en activo fijo y diferido, con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa, es decir hay que financiar la atención a los turistas. Por lo tanto, el Capital de Trabajo está dado por los recursos que la empresa necesita para operar en un período de explotación determinado, es decir mensual y anual. Para tomar en consideración el cálculo del Capital de Trabajo en relación a este proyecto es necesario considerar el período inicial de producción, además se debe tomar en cuenta la fecha en que se recibirá el ingreso de divisas, de acuerdo a las condiciones de pago. El capital de trabajo se encuentra formado por los siguientes rubros:

Costos de producción:

- **Materia Prima.-** Son aquellos materiales que se transforman por parte del servicio de turismo final.

- **Materiales Directos.-** Son aquellos que intervienen en el proceso productivo y terminan formando parte del servicio de turismo final.
- **Mano de Obra Directa.-** Se refiere al costo de la mano de obra de los trabajadores que participan en la transformación de los materiales en servicio de recreaciones utilizando sus manos, herramientas y equipos.

Costos Indirectos de Fabricación:

- **Mano de Obra indirecta.-** Está dado por aquellos trabajadores que apoyan los procesos productivos en actividades de supervisión, vigilancia, limpieza, mantenimiento.
- **Materiales Indirectos.-** Son aquellos que participan en el proceso productivo, pero que no llegan a constituir parte integrante del servicio de turismo terminado.
- **Suministros y Servicios.-** Corresponde a gastos por concepto de agua, energía eléctrica, asistencia técnica, seguro y repuesto de maquinaria y equipos.

Gastos Operacionales:

- **Gastos Administrativos.-** Comprenden todos los desembolsos en que se incurre, como pagos correspondientes al personal administrativo, adquisición de materiales de oficina, etc.
- **Gastos Ventas.-** Comprende todos los gastos que implica las operaciones logísticas del departamento de comercio exterior como sueldos, promoción y publicidad, teléfono, materiales de oficina, gastos de representación.

Para la determinación del Capital de Trabajo es necesario el costo de servicio de turismo durante el período de gracia, se describe a continuación.

CAPITAL DE TRABAJO.

CONCEPTO	VALOR MENSUAL USD.
COSTOS DIRECTOS	
Compras y Materia Prima	920,14
Materiales Directos	306,00
Mano de Obra Directa	400,92
TOTAL	1.627,06
COSTOS INDIRECTOS	
Mano de Obra Indirecta	1353,11
Insumos	510,00
Mantenimiento	163,20
Gastos Administrativos	761,93
Gasto de Ventas	776,93
Seguro	95,50
TOTAL	3.660,67
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	5.287,73

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

FINANCIAMIENTO.

Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar la inversión; por lo general se refiere a la obtención de préstamos

La estructura de las fuentes de financiamiento está dada por recursos propios y de terceros, los mismos que permiten financiar las operaciones para el funcionamiento de la empresa.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

La mejor alternativa como fuente de financiamiento para este tipo de proyecto y tomando en cuenta que el monto de endeudamiento no es muy alto, se recomienda que se aplique un préstamo para pequeñas empresas en una entidad bancaria de prestigio y calidad comprobados, como puede ser la CFN.

El proyecto será financiado el **27,99 %** correspondiente al total de la inversión con la CFN con un plazo de 5 años, con una tasa de interés del 4.55 % anual para créditos, con pagos semestrales.

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO.

El proyecto se encuentra financiado con el **72,01 %** con recursos propios y el **27,99 %** restante por un préstamo a través de los fondos de la CFN.

ESTADO DE FUENTES Y DE USOS.

INVERSIÓN	VALOR USD.	% INV. TOTAL	RECURSOS PROPIOS		RECURSOS TERCEROS	
			%	VALORES	%	VALORES
Activos Fijos	208.204,82	96,73%	69,69%	150.000,00	27,04%	58.204,82
Activos Diferidos	1.760,00	0,82%	0,46%	1.000,00	0,35%	760,00
Capital de Trabajo	5.287,73	2,46%	1,86%	4.000,00	0,60%	1.287,73
Inversión Total	215.252,55	100,00%	72,01%	155.000,00	27,99%	60.252,55

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

PRESUPUESTO DE COSTOS

Es la suma de todos los elementos que se utilizan en la elaboración de los servicio de turismo, es decir todos los gastos invertidos por la empresa en el proceso de servicio de turismo.

Este rubro es importante porque se encuentra en relación directa con el valor del precio final, por lo que, con una mayor eficiencia de producción y minimizando los desperdicios se obtendrá un costo de producción menor, que será competitivo.

Por su naturaleza existen dos tipos de costos: Variables y Fijos

COSTOS VARIABLES.

Es aquel costo que tiene relación directa con el volumen de producción, es decir si se incrementa la producción este tipo de costos se incrementan.

Dentro de la naturaleza de los costos variables tenemos los siguientes:

a.- Compras.

Son aquellos que intervienen en el proceso de producción de servicios de turismo y terminan formando parte de la venta final; constituye la base del proyecto, en el presente caso de estudio estará constituido las compras de todo lo necesario. La inversión de este rubro es de **11.041,70** USD, anual.

COMPRAS

DESCRIPCIÓN	Costo Mensual	COSTO ANUAL
Compra de materia prima	902,10	10.825,20
SUBTOTAL	902,10	10.825,20
2% imprevistos		216,50
TOTAL		11.041,70

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Autores.

Ver Anexo No.1 “Compras”

b.- Materiales Indirectos.

Son aquellos materiales que forman parte del servicio de turismo, así se tiene el siguiente rubro que corresponde a la cantidad de **3.672,00** USD, anuales.

MATERIALES INDIRECTOS

CONCEPTO	Costo por unidad	Cantidad por mes	Valor Mensual	Valor Anual
Kit de bienvenida	1,50	200	300,00	3.600,00
SUBTOTAL			300,00	3.600,00
2% Imprevistos			6,00	72,00
Total Insumos			306,00	3.672,00

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Autores.

c.- Mano de Obra Directa.

Está constituido por aquellos trabajadores que participan en el transporte de los servicios de recreaciones finales utilizando herramientas y equipos. La mano de obra directa para el proyecto se encuentra determinada por el requerimiento del personal que participa en el proceso de compra y ese rubro es **4.811,05 USD**, anuales. (Guías Turístico).

MANO DE OBRA DIRECTA.

DETALLE	Pago mensual	VALOR ANUAL
Guía de Turismo	393,06	4.716,72
SUBTOTAL		4.716,72
2% Imprevistos		94,33
Total		4.811,05

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Autores.

d.- Insumos.

En el proyecto son indispensables los insumos para apoyar los procesos de servicio de turismo como: agua potable, energía eléctrica, teléfono, el monto que implica este rubro es de **6.120,00 USD**, anuales.

INSUMOS

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD SEMESTRAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO SEMESTRAL	COSTO ANUAL
Agua potable	m ³	420	840	1.200,00	2.400,00
Luz Eléctrica	Kilowatts	900	1.800	900,00	1.800,00
Teléfono	Minutos	6.000	12.000	900,00	1.800,00
SUBTOTAL				3.000,00	6.000,00
2% Imprevistos				60,00	120,00
TOTAL				3.060,00	6.120,00

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Autores.

COSTOS FIJOS.

Son aquellos que no guardan relación con el volumen de ventas, su monto total permanece constante a través del período, es decir venta o no la empresa se tendrá que incurrir en esos costos.

Mano de Obra Indirecta.

Está dada por aquellos trabajadores que apoyan los procesos productivos en actividades de supervisión, vigilancia, limpieza, mantenimiento. El rubro de mano indirecta es de **16.237,31** USD, anual.

MANO DE OBRA INDIRECTA

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
Ayudante de cocina	245,66	1473,975	2947,95
Mesero	245,66	1473,975	2947,95
Seguridad	245,66	1473,975	2947,95
Supervisor de Cocina y Caf.	343,93	2063,565	4127,13
Mantenimiento y Limpieza	245,66	1473,975	2947,95
Subtotal			15918,93
2% Imprevistos			318,3786
TOTAL			16.237,31

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

Reparación y Mantenimiento.

Este valor está dado en función de los activos fijos que dispone la empresa de servicio de turismo.

REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

CONCEPTO	INVERSIÓN TOTAL	PORCENTAJE ANUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
Maquinaria y Equipos	3.352,74	1%	16,76	33,53
Vehículo	33.660,00	1%	168,30	336,60
Construcción	143.260,97	1%	716,30	1.432,61
Equipos de computación	4.197,30	1%	20,99	41,97
Equipos de oficina	2.111,40	1%	10,56	21,11
Utensilios y Accesorios	1079,6112	1%	5,40	10,80
Equipo para plantas	70,38	1%	0,35	0,70
Mantelería	1599,36	1%	8,00	15,99
Muebles y Enseres	2.667,30	1%	13,34	26,67
Subtotal			960,00	1.919,99
2% Imprevistos			19,20	38,40
TOTAL			979,20	1.958,39

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

Depreciación.

Estimación del desgaste o pérdida del valor que sufre un activo fijo por su utilización en la actividad productiva, por el paso del tiempo o por la aparición de métodos de producción más eficientes.

La Depreciación no implica una salida de dinero efectivo de la empresa ya que es una cuenta de reserva para dar de baja un activo fijo y poder ser substituido por otro cuando haya cumplido la vida útil.

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

CONCEPTO	VALOR	%	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Construcciones	143.260,97	5,00%	20	7.163,05
Vehículos	33.660,00	20,00%	5	6.732,00
Maquinaria y Equipos	3.352,74	10,00%	10	335,27
Utensilios y Accesorios	1.079,61	10,00%	10	107,96
Equipos de Computación	4.197,30	33,33%	3	1.398,96
Equipo para habitaciones	16.205,76	10,00%	10	1.620,58

Equipo de Oficina	2.111,40	10,00%	10	211,14
Muebles y Enseres	2.667,30	10,00%	10	266,73
TOTAL				17.835,69

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

Amortización.

Es la pérdida de valor de un activo financiero por medio de su pago, es aplicable para los activos diferidos, es decir los activos intangibles que constituyen parte integrante del proyecto. Por lo tanto consiste en ir dando de baja al activo diferido de acuerdo a la norma de contabilidad.

AMORTIZACIÓN

DESCRIPCIÓN	COSTO	PORCENTAJE	AÑOS	VALOR ANUAL
Gastos puesta en marcha	450,00	20%	5	90
Gastos de Organización	885,00	20%	5	177
Gastos de Patentes	425,00	20%	5	85
TOTAL	1760,00			352

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

GASTOS ADMINISTRATIVOS.

Se encuentran constituidos por aquellos rubros que se deben incurrir para el funcionamiento de las actividades administrativas globales de una empresa, es decir la operación general de la empresa.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS PERSONALES	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
Gerente General	1	491,33	2.947,95	5.895,90
Asistente	1	245,66	1.473,98	2.947,95
TOTAL PERSONAL			4.421,93	8.843,85

GASTOS GENERALES				
Suministros de Oficina	1 set	10	60,00	120,00
TOTAL GENERAL			60,00	120,00
2% Imprevistos			89,64	179,28
TOTAL			4.571,56	9.143,13

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

GASTOS DE VENTAS.

Son aquellos desembolsos relacionados con la logística de las ventas, como la publicidad y propaganda necesarias para la venta y servicio de turismo.

GASTOS DE VENTAS

GASTOS	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
GASTOS PERSONALES				
Ejec Adm. Y Vtas	1	343,93	2.063,57	4.127,13
Total Personal				4.127,13
GASTOS GENERALES (Plan de Marketing)				
Flyers	11000	36,67	220,00	440,00
Esferos	500	18,75	112,50	225,00
Block de Notas	500	25,00	150,00	300,00
Estados de Cuenta	10000	96,67	580,00	1.160,00
Página Web	1	50,00	300,00	600,00
Rotulo	1	35,42	212,50	425,00
Hojas Volante	2000	8,33	50,00	100,00
Hojas Volantes (Periódico)	2000	9,33	56,00	112,00
Banner	1	11,02	66,10	132,20
Carpetas con Información	400	33,33	200,00	400,00
Representación	1 set	100,00	600,00	1.200,00
Subtotal			800,00	5.094,20
2% Imprevistos			16,00	101,88

Total Gastos Generales				5.196,08
TOTAL COSTO VENTAS			816,00	9.323,21

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Autores.

GASTOS FINANCIEROS.

Son los gastos que se deben incurrir por el préstamo adquirido en la CFN o por medio de la Banca Privada, es decir son los intereses que se han generado por esta operación como resultado del financiamiento.

GASTOS FINANCIEROS

PERIODO	INTERÉS
0	
1	2.739,47
2	2.517,02
3	2.284,45
4	2.041,31
5	1.787,12
6	1.521,37
7	1.243,53
8	953,07
9	649,39
10	331,91
	16.068,63

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Autores.

La determinación del costo está dada por la operación matemática de dividir el costo total para el número de unidades producidas en un período, en este caso durante el servicio de turismo anual.

Los Costos Totales establecidos para el primer año se detallan a continuación.

COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA EL AÑO NO. 1

RUBROS	COSTOS	
	FIJOS	VARIABLES
Compras y Materia Prima		11.041,70
Materiales Directos		3.672,00
Mano de Obra Directa		4.811,05
Mano de Obra Indirecta	16.237,31	
Insumos		6.120,00
Reparación y Mantenimiento	1.958,39	
Seguros	1145,96	
Depreciación	17.835,69	
Amortización	352	
Subtotales	37.529,35	25.644,76
Total de Costo de Producción	63.174,10	
Gastos Administrativos	9.143,13	
Gastos Financieros	16.068,63	
Gastos de Ventas	9.323,21	
Subtotales	34.534,97	
Costo Total	97.709,08	
Turistas año	2.400,00	
Costo Unitario turista	40,71	

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Autores.

turistas día	25
turistas semana	50
turistas mes	200
turistas año	2400

Para el presente proyecto se prevé 25 turistas al día, 50 a la semana, 200 al mes y 2.400 turistas al año.

COSTO DE COMERCIALIZACIÓN PROYECTADO PARA LOS CINCO AÑOS.

Es el valor del servicio de turismo incluido los servicios de cafetería, gastos administrativos, financieros y generales, es decir costos fijos y variables.

COSTOS DE PRODUCCIÓN PROYECTADOS PARA LOS 5 AÑOS DE VIDA UTIL DEL PROYECTO

COSTOS DE PRODUCCIÓN PROYECTADOS PARA LOS 5 AÑOS DE VIDA UTIL DEL PROYECTO					
AÑO: 2.012 - 2.016					
RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Materia Prima	11.041,70	12.035,46	13.118,65	14.299,33	15.586,27
Materiales Directos	3.672,00	4.002,48	4.362,70	4.755,35	5.183,33
Mano de Obra Directa	4.811,05	5.244,05	5.716,01	6.230,45	6.791,20
Insumos	6.120,00	6.670,80	7.271,17	7.925,58	8.638,88
VARIABLES	25.644,76	27.952,79	30.468,54	33.210,71	36.199,67
Mano de Obra Indirecta	16.237,31	17.698,67	19.291,55	21.027,79	22.920,29
Reparación y Mantenimiento	1.958,39	2.134,65	2.326,76	2.536,17	2.764,43
Seguros	1145,96	1.249,09	1.361,51	1.484,05	1.617,61
Depreciación	17.835,69	17.835,69	17.835,69	16.436,73	16.436,73
Amortización	352,00	352,00	352,00	352,00	352,00
FIJOS	37.529,35	39.270,09	41.167,51	41.836,73	44.091,05
Total Costo de Producción	63.174,10	67.222,88	71.636,05	75.047,44	80.290,72
Gasto Administrativo	9.143,13	9.966,01	10.862,95	11.840,61	12.906,27
Gasto de Ventas	9323,21	10.162,30	11.076,91	12.073,83	13.160,48
Gasto Financiero	5.256,48	4.325,76	3.308,48	2.196,60	981,31
Total gastos	23.722,82	24.454,07	25.248,34	26.111,04	27.048,05

Costo total	86.896,93	91.676,95	96.884,39	101.158,49	107.338,78
Unidades producidas	2.400,00	2.616,00	2.851,00	3.107,00	3.386,00
Costo Unitario	36,21	35,04	33,98	32,56	31,70

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

PRESUPUESTO DE INGRESOS.

Es la planificación de la empresa en proyección al comportamiento en diez años del flujo de efectivo, por concepto de las ventas, es decir que los ingresos son provenientes de los servicios de turismo.

El presupuesto tomará como base la demanda total del servicio de turismo a satisfacer en el estudio de mercado, teniendo muy en cuenta como limitante, la máxima capacidad de producción instalada de la planta, de esta manera los datos se encuentran planificados en base a la producción y el volumen de ventas.

INGRESOS POR VENTAS.

Los ingresos están dados por las operaciones que realiza la empresa, esto es cuantificable en un período de tiempo, está relacionado directamente con el volumen de ventas.

PRECIO DE VENTA.

Para establecer el precio de venta es necesario analizar el costo de oportunidad de mercado ya que se establecerá en base al costo de producción, considerando como un criterio la tasa activa y pasiva de interés, más la suma de la tasa de riesgo país otorgado por el Banco Central del Ecuador, más la tasa de inflación anual.

La tasa de interés en el mercado financiero está determinada por la tasa activa correspondiente 12% anual, mientras que la tasa pasiva es de 4% anual.

El riesgo país que registra el Banco Central del Ecuador es de 5,61% anual mientras que la tasa de inflación anual es de 3.32%.

De acuerdo al criterio anteriormente mencionado se obtiene una tasa del 14.16 % que representa el costo de oportunidad de mercado, la misma que permite ser competitiva durante los diez años de vida del proyecto por cuanto se mantendrá el precio de venta constante durante ese período, obteniendo un margen de utilidad, ya que los costos disminuirán al transcurrir los años debido a que se incrementan las utilidades producidas y se disminuyen los gastos.

$$i = \text{tasa pasiva (recursos propios)} + \text{tasa activa (recursos de terceros)} + \text{riesgo país} + \text{inflación.}$$
$$i = 4,91\% (63,97\%) + 9,82\% (36,03\%) + 5\% + 2,87\%$$

$$i = 14.55\%$$

PRESUPUESTO DE INGRESOS PROYECTADO

Para realizar una proyección de ventas se calculó mediante el método de la inflación.

PRESUPUESTO DE INGRESOS PROYECTADO

PRESUPUESTO DE INGRESOS PROYECTADO					
AÑOS: 2012– 2016					
VENTAS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Unidades producidas	2.400,00	2.616,00	2.851,00	3.107,00	3.386,00
Precio Unitario	73,28	73,28	73,28	73,28	73,28
Total Ingresos	175.876,34	191.705,21	208.926,43	227.686,57	248.132,20

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

EVALUACIÓN FINANCIERA, ECONÓMICA Y PLAN DE PRODUCCIÓN
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL AÑO 2010

ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Disponible		Pasivo a largo plazo	
Caja Bancos	5.287,73	Préstamo por pagar	60.252,55
		TOTAL PASIVO	60.252,55
Activo Fijo			
Construcciones	143.260,97	PATRIMONIO	
Vehículo	33.660,00		
Maquinaria y Equipos	3.352,74	Capital Social	155.000,00
Equipo para plantas	70,38		
Equipo para habitaciones	16.205,76		
Utensilios y Accesorios	1079,6112		
Equipos de Computación	4.197,30		
Mantelería	1599,36		
Muebles y Enseres	2667,30		
Equipos de Oficina	2111,4		
Terreno	0,00		
Activo Diferido			
Gastos de puesta en marcha	450,00		
Gastos de organización	885,00		
Gastos de patentes	425,00		
TOTAL ACTIVOS	215.252,55	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	215.252,55

Fuente: Investigación Propia.
 Elaborado por: Autores.

Los resultados en el análisis del estado de situación inicial evidencia que el valor por activos corresponde a **215.252,55** USD, pasivos corresponde a **60.252,55** USD, donde consta el pasivo a largo plazo por el préstamo otorgado a través de la Entidad Bancaria, mientras que los recursos propios correspondientes al patrimonio son de **155.000,00** USD.

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
AÑOS: 2012 – 2016					
EN DÓLARES					
RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas Netas	175.876,34	191.705,21	208.926,43	227.686,57	248.132,20
- Costo de Producción	63.174,10	67.222,88	71.636,05	75.047,44	80.290,72
= UTILIDAD BRUTA	112.702,23	124.482,33	137.290,38	152.639,13	167.841,47
- Gastos de Administración	9.143,13	9.966,01	10.862,95	11.840,61	12.906,27
-Gastos de Ventas	9.323,21	10.162,30	11.076,91	12.073,83	13.160,48
= UTILIDAD OPERACIONAL	94.235,89	104.354,01	115.350,52	128.724,69	141.774,73
- Gastos Financieros	5.256,48	4.325,76	3.308,48	2.196,60	981,31
= UTILIDAD ANTES de PARTICIPACIÓN	88.979,41	100.028,25	112.042,04	126.528,09	140.793,42
- 15% de Participación Trabajadores	13.346,91	15.004,24	16.806,31	18.979,21	21.119,01
= UTILIDAD ANTES de IMPUESTOS	75.632,50	85.024,02	95.235,73	107.548,88	119.674,41
- 25% Impuesto a la Renta	18.908,12	21.256,00	23.808,93	26.887,22	29.918,60
= UTILIDAD NETA	56.724,37	63.768,01	71.426,80	80.661,66	89.755,80

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Autores.

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA								
Años	Utilidad Neta	Depreciación y Amortización (+)	Capital de trabajo (+)	Valor Residual (+)	Inversión (-)	Préstamo (+)	Amortización (-)	Flujo de efectivo (=)
0					215.252,55	60.252,55		-155.000,00
1	56.724,37	18.187,69					10.007,75	64.904,31
2	63.768,01	18.187,69					10.938,48	71.017,23
3	71.426,80	18.187,69					11.955,75	77.658,74
4	80.661,66	16.788,73			4.197,30		13.067,64	80.185,45
5	89.755,80	16.788,73					14.282,93	92.261,61

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

VALOR ACTUAL NETO.

El Valor Actual Neto significa traer a valores de hoy los flujos futuros y se calculan sacando la diferencia entre todos los ingresos y los egresos o en su defecto el flujo neto de caja expresado en moneda actual a través de una tasa de descuento específica.

Por medio de este instrumento se podrá medir si existe riesgo o no al invertir en este proyecto, lo que permitirá al accionista la toma de decisiones al momento de analizar el costo beneficio, es decir el Valor Actual Neto se obtiene descontando el flujo de ingresos netos del proyecto, usando para ello la tasa de descuento que represente el costo de oportunidad de los recursos económicos que requiere el proyecto. Para proceder al cálculo se establecerá una tasa que representa el costo de oportunidad de la siguiente forma:

$i = \text{tasa pasiva (recursos propios)} + \text{tasa activa (recursos de terceros)} + \text{riesgo país} + \text{inflación.}$

$i = 4,91\% (63,97\%) + 9,82\% (36,03\%) + 5\% + 2,87\%$

$i = 14.55\%$

VALOR ACTUAL NETO

VALOR ACTUAL NETO (INVERSIONISTA)		
USD.		
AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJO ACTUALIZADO
0	-155.000,00	-155.000,00
1	64.904,31	56.856,61
2	71.017,23	54.497,74
3	77.658,74	52.205,05
4	80.185,45	47.219,91
5	92.261,61	47.594,64
TOTAL (VAN)		103.373,94

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

El valor total del flujo de caja neto actualizado de **56.918,50** USD representa lo que el inversionista habrá de acumular luego de haber recuperado la inversión total del proyecto traídos a valor presente

TASA INTERNA DE RETORNO.

La tasa interna de retorno nos indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista por la decisión de invertir en una alternativa de inversión seleccionada.

Por medio de este instrumento se puede evaluar el proyecto ya que cuando la TIR es mayor que la tasa de oportunidad, el rendimiento que obtendrá el inversionista realizando la inversión es mayor que el que obtendrá en la mejor alternativa, por lo tanto conviene realizar la inversión.

TIR = 36%

Lo que equivale a decir que por cada dólar invertido en el proyecto el inversionista obtendrá 38% de rentabilidad

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Este período está determinado por el tiempo que debe transcurrir para recuperar la inversión, es decir en donde el flujo acumulado se convierte en positivo; a partir de ese momento la empresa contaría con los recursos para cubrir los egresos necesarios durante la vida útil del proyecto.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	FLUJO	FLUJO	FLUJO
	EFFECTIVO	ACTUALIZADO	ACUMULADO
0	-155.000	-155.000	-155.000
1	64.904	56.857	-98.143
2	71.017	54.498	-43.646
3	77.659	52.205	8.559
4	80.185	47.220	55.779
5	92.262	47.595	103.374

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

La inversión en el presente proyecto se recuperará al tercer año

ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES.

AÑOS	Ventas	Costos	Costos	Unidades	Costo	Pto. Equilibrio USD.	Precio de vta.	Pto. Equilibrio
	Totales	Fijos	Variables	Producidas	Total	CF/1-(CV-VT)	unitario	CF/(VT-CV)
1	175.876,34	37.529,35	25.644,76	2.400,00	86.896,93	0,25	36,21	0,25
2	191.705,21	39.270,09	27.952,79	2.616,00	91.676,95	0,24	35,04	0,24
3	208.926,43	41.167,51	30.468,54	2.851,00	96.884,39	0,23	33,98	0,23
4	227.686,57	41.836,73	33.210,71	3.107,00	101.158,49	0,22	32,56	0,22
5	248.132,20	44.091,05	36.199,67	3.386,00	107.338,78	0,21	31,70	0,21

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Autores.

BIBLIOGRAFÍA

- Ministerio de Turismo, “Estadísticas de Establecimientos Turísticos, Quito, 2008.
- Folleto de Turismo UCT”, Quito-Ecuador, Pág. 8, 9 2002.
- Compendio sobre el turismo.” OMT, Madrid, 1977
- CAPTUR, “Reglamento general de actividades turísticas”, año 2005
- Diccionario de turismo, boletín-turistico.com
- Diccionario OCEANO, Ed. Norma, Pág. 50, Bogotá, 2003
- KOTLER, Filip, “Fundamentos de Marketing”, Ed. Mc Graw Hill, Pág. 56. México, 2007
- RON, Francisco, “Metodología de la Investigación”, ED. Escuela Politécnica Nacional, Pág. 35, Quito, 2007.
- FABARA, Salvador: “Tierra Mía” Latacunga 1.990. 88-89
- Fundación Natura. Reservas y Áreas Protegidas del Ecuador. (CD ROOM) Quito 2001.
- CRUZ, Marco. Montañas del Ecuador, Riobamba. 1998. p.45.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. Fichas de jerarquización. Quito. 2002
- Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Zumbahua: “Proyecto de desarrollo de los
- Pueblos indígenas y negros del Ecuador PRODEPINE” Pujilí. 2000. p. 1, 17, 27.
- Revista Quilotoa. Nº1. Latacunga. 1993. p. 18.
- Revista “Los pintores de Tigua y Zumbahua”. Quito.2000. pp. 73.76.
- Registro Datos de los Establecimientos Turísticos – Municipio de Pujilí. 2011.
- KOTLER, PH. : Dirección de Marketing (8º ed.). Prentice Hall, Pág. 17, Madrid, 2005.
- MINISTERIO DE TURISMO, “Estadísticas Nacionales de Turismo”, Ed. Min. T. Quito, 2012.
- KOTLER, Philip, “MERCADOTECNIA, Fundamentos de Mercadotecnia”, Ed. Prentice – Hall Hispanoamérica S.A. Madrid, 2002.
- PHILIP KOTLER , “Nuevas técnicas para hallar ideas innovadoras”, Ed. Trias, Pág. 25, Madrid, 2003.
- ESCUELA POLITECNICA NACIONAL – BID, , “Sistema de Marco Lógico”, Pág. 45-50, ed. EPN, Quito, 2008.
- NASSIR, Sapag, Chain, “Formulación y Evaluación de Proyectos”, Pág. 54, Ed. Mc Graw Hill, Bogotá, 2003